

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD Y LAS FUENTES DE
FINANCIAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL
CENTRO DE LA CIUDAD DE PUYO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

MARÍA JOSÉ PÁEZ

DIRECTOR: Mgtr. CHRISTIAN FAJARDO

QUITO, MARZO 2015

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Mgtr. Christian Fajardo

INFORMANTES:

Econ. María Herrera

Ing. René Tola

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo a Dios por guiar mi camino y enseñarme que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. Gracias Dios por bendecir mi vida.

A mi abuela, mi pilar más importante, mi guía, mi todo, quién supo apoyarme en cada momento, gracias a ti soy quien soy y estoy donde estoy, te doy las gracias infinitas por tanto amor, apoyo y comprensión incondicional.

A mi abuelito querido, durante mucho tiempo me pregunté por mi padre, pero ahora me doy cuenta que siempre fuiste tú guelito, tu siempre estuviste presente, gracias por cuidarme te agradezco por tu amor infinito. Mi ángel. Mi estrellita en el cielo.

A mi madre por ser la amiga y compañera que me ha ayudado a crecer, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar los miedos.

Mis más sinceros agradecimientos a mis familiares, viejos amigos, profesores de carrera y a todas las personas que supieron apoyarme y fueron parte fundamental en mi vida y en el desarrollo de este trabajo.

A mi director de tesis quien con sus conocimientos, apoyo y paciencia supo guiarme desde el inicio hasta la conclusión de la misma.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO Y LA HOTELERÍA.....	2
1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	2
1.1.2 Análisis de indicadores.....	6
1.1.1.1 Tasa de crecimiento del PIB	6
1.1.1.2 Inflación	9
1.1.1.3 Deuda externa	11
1.1.1.4 Balanza de pagos	13
1.1.1.5 Empleo, subempleo y desempleo.....	14
1.1.3 Matriz Productiva	16
1.1.4 La hotelería y turismo en el Ecuador y el mundo.....	18
1.1.4.1 Gasto en hoteles y restaurantes	26
1.1.4.2 Promedio de Ingresos Servicios de Alojamiento	27
1.1.5 Actividades de promoción.....	28
1.2 CONTEXTUALIZACIÓN.....	30
1.2.1 Ciudad de Puyo	31
1.2.1.1 Atractivos turísticos	32
1.3 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA.....	36
1.3.1 Situación actual del alojamiento tipo hostería en el cantón Pastaza	36
1.3.2 Crecimiento de la oferta hotelera tipo hostería en Pastaza.....	37
1.3.3 FODA de Alojamiento en Pastaza.....	40
1.3.3.1 Cruce estratégico: FA-FO-DO-DA.....	41
1.4 CONCLUSIONES GENERALES DE DIAGNÓSTICO DEL ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA.	43
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	46
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	46
2.1.1 Objetivo General	46
2.1.2 Objetivos Específicos	47
2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	48

2.2.1	Turismo interno 2012	49
2.2.1.1	Población turismo interno	52
2.2.2	Turismo receptor 2012	53
2.2.2.1	Población turismo receptor	56
2.2.3	Tipo de muestreo	57
2.2.4	Cálculo de la muestra	58
2.2.5	Encuesta.....	60
2.2.5.1	Tabulación de datos de Fuentes Primarias.....	60
2.2.6	Entrevistas	81
2.2.6.1	Entrevista a Responsable del Ministerio de Turismo	82
2.2.6.2	Entrevista a Presidenta de la Asociación de Hoteleros de Pastaza (AHOTEP).....	88
2.2.6.3	Conclusiones generales de las entrevistas	91
2.3	IDENTIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS	93
2.4	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	94
2.4.1	Comportamiento de la Demanda.....	94
2.4.2	Demanda Actual.....	96
2.4.2.1	Informe Dirección de Turismo y Ambiente.....	96
2.4.2.1.1	Objetivo General	96
2.4.2.1.2	Objetivos Específicos.....	97
2.4.2.1.3	Procedencia	97
2.4.2.1.4	Porcentaje de turistas hospedados	98
2.4.2.2	Cálculo de la demanda actual	101
2.4.3	Proyección de la Demanda.....	104
2.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	105
2.5.1	Oferta actual	105
2.5.1.1	Análisis de competidores	107
2.5.2	Proyección de la Oferta	129
2.6	DEMANDA INSATISFECHA	130
2.7	DEMANDA POTENCIAL	131
2.7.1	Cálculo de la frecuencia	132
2.7.2	Cálculo del precio promedio	133
2.7.3	Cálculo demanda potencial	134
2.8	MARKETING MIX	135
2.8.1	Servicio.....	135
2.8.2	Precio.....	142
2.8.3	Promoción y Comunicación	145
2.9	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	146
2.9.1	Rivalidad entre empresas que compiten.....	146
2.9.2	Entrada potencial de competidores nuevos	146
2.9.3	Entrada potencial de productos sustitutos	147
2.9.4	El poder de negociación de los proveedores	147
2.9.5	El poder de negociación de los consumidores.....	148
2.10	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	149

3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	151
3.1	UBICACIÓN DEL NEGOCIO	151
3.1.1	Macrolocalización	151
3.1.2	Microlocalización.....	154
3.1.3	Estado actual de la propiedad.....	155
3.2	REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS – PRIMERA CATEGORÍA	160
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	162
3.4	REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA.....	165
3.4.1	Cabaña tipo.....	165
3.4.2	Total requerimiento de infraestructura	166
3.5	DISEÑO	167
3.6	ASPECTOS AMBIENTALES.....	169
3.6.1	Políticas de sostenibilidad ambiental	169
4.	BASE NORMATIVA Y LEGAL	170
4.1	NORMATIVA DEL MINISTERIO DE TURISMO	170
4.1.1	Requisitos y formalidades para el registro	171
4.1.1.1	Contribución del uno por mil.....	171
4.1.1.2	Requisitos:	171
4.1.2	Requisitos de categorización obligatoria.....	173
4.2	BASE LEGAL.....	175
4.2.1	Definición de la Figura Legal.....	175
4.2.2	Ley orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil	176
4.2.2.1	De las reformas a la Ley de Compañías	176
4.2.3	Del proceso simplificado de constitución y registro de compañías por vía electrónica	178
4.2.4	Requisitos de Funcionamiento	180
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	182
5.1	INVERSIONES TOTALES	182
5.1.1	Activos Fijos.....	183
5.1.1.1	Maquinaria y Equipo	184
5.1.1.2	Equipo de Oficina	186
5.1.1.3	Equipo de Computación.....	188

5.1.1.4	Muebles y enseres	189
5.1.1.5	Vehículo.....	190
5.1.1.6	Depreciación de Activos	191
5.1.2	Gastos de Constitución.....	192
5.1.2.1	Amortización de Intangibles	194
5.1.3	Capital de Trabajo	194
5.2	FINANCIAMIENTO	196
5.3	COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO	200
5.3.1	Costos de Producción	200
5.3.1.1	Costos Directos	201
5.3.1.1.1	Materia Prima.....	203
5.3.1.1.2	Insumos Directos.....	205
5.3.1.1.3	Mano de Obra.....	206
5.3.1.1.4	Costos Indirectos de Fabricación	208
5.3.2	Gastos Administrativos	216
5.3.2.1	Suministros de Oficina.....	216
5.3.2.2	Sueldos Administrativos	218
5.3.2.3	Servicios Básicos	220
5.3.2.4	Gasto Mantenimiento de Infraestructura	220
5.3.2.5	Gastos de Arriendo	221
5.3.2.6	Adecuaciones de Infraestructura.....	221
5.3.2.7	Gasto de Uniformes	222
5.3.3	Gastos de Ventas	223
5.3.3.1	Gastos de Publicidad.....	223
5.4	PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	224
5.5	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	227
5.6	ESTADOS FINANCIEROS.....	229
5.6.1	Balance General	229
5.6.2	Estado de Resultados.....	231
5.6.3	Flujo de Efectivo	232
5.7	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	233
5.7.1	Cálculo de la Tasa de Descuento.....	234
5.7.2	Valor Actual Neto	235
5.7.3	Tasa Interna de Retorno	237
5.7.4	Período de Recuperación de la Inversión	238
5.7.5	Relación Beneficio Costo.....	240
5.7.6	Punto de Equilibrio.....	241
5.7.7	Índices Financieros.....	243
5.8	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	246
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	248
6.1	CONCLUSIONES.....	248

6.2	RECOMENDACIONES	252
ANEXOS		257
ANEXO A.....		258
ANEXO B.....		261
ANEXO C.....		264
ANEXO D.....		266
ANEXO E.....		267
ANEXO F.....		268
ANEXO G.....		269
ANEXO H.....		270
ANEXO I.....		271
ANEXO J.....		272
ANEXO K.....		273

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB ECUATORIANO	6
Gráfico 2. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB	7
Gráfico 3. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA	8
Gráfico 4. PROYECCIONES DE CRECIMIENTO	8
Gráfico 5. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA	9
Gráfico 6. INFLACIÓN ANUAL	10
Gráfico 7. EL TURISMO EN EL MUNDO CIFRAS CLAVES	21
Gráfico 8. CIFRAS CLAVES ECUADOR 2013	22
Gráfico 9. POSICIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA.....	22
Gráfico 10. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR JUL-2013-2014	23
Gráfico 11. LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR	24
Gráfico 12. PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	24
Gráfico 13. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO – PROMEDIO DE INGRESOS	28
Gráfico 14. LOGO CAMPAÑA ALL YOU NEED IS ECUADOR	29
Gráfico 15. CRECIMIENTO DE NÚMERO DE HABITACIONES Y PLAZAS (2009-2014).....	38
Gráfico 16. VIAJES A PROVINCIAS DEL ECUADOR 2012.....	49
Gráfico 17. DESTINOS VISITADOS PROVINCIA DE PASTAZA – POR CANTÓN	50
Gráfico 18. PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE PUYO– MESES OCTUBRE A DICIEMBRE - 2012.....	50
Gráfico 19. TURISMO INTERNO: MOTIVACIÓN DE VIAJE A PROVINCIA DE PASTAZA	51
Gráfico 20. PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE PUYO (OCTUBRE A DICIEMBRE – 2012).....	52
Gráfico 21. CONCENTRACIÓN DE DEMANDA POR PROVINCIAS TURISMO RECEPTOR 2012 - EXTRANJEROS	53
Gráfico 22. DESTINOS VISITADOS PROVINCIA DE PASTAZA – POR CANTÓN	54
Gráfico 23. PERSONAS QUE VISITAN EL CANTÓN PASTAZA CIUDAD PUYO–AÑO 2012	54
Gráfico 24. TURISMO INTERNO: MOTIVACIÓN DE VIAJE A PROVINCIA DE PASTAZA	55
Gráfico 25. PERSONAS QUE VISITAN EL CANTÓN PASTAZA CIUDAD PUYO – AÑO 2012	56
Gráfico 26. GÉNERO – PREGUNTA 1	61
Gráfico 27. CIRCULAR NACIONALIDAD – PREGUNTA 2.....	62
Gráfico 28. BARRAS CIUDAD – PREGUNTA 3	65
Gráfico 29. BARRAS EDAD –PREGUNTA 4.....	66
Gráfico 30. CIRCULAR – PREGUNTA 5	67

Gráfico 31. CIRCULAR – PREGUNTA 6	68
Gráfico 32. CIRCULAR – PREGUNTA 7	69
Gráfico 33.BARRAS –PREGUNTA 8.....	70
Gráfico 34.CIRCULAR – PREGUNTA 9	71
Gráfico 35. CIRCULAR – PREGUNTA 11	73
Gráfico 36. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA – PREGUNTA 11	74
Gráfico 37.CIRCULAR PREGUNTA 12	75
Gráfico 38. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA - PREGUNTA 12	76
Gráfico 39.CIRCULAR – PREGUNTA 13	77
Gráfico 40. CIRCULAR – PREGUNTA 14	78
Gráfico 41. BARRAS – PREGUNTA 15.....	79
Gráfico 42. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA PRECIO VS NACIONALIDAD – PREGUNTA 15.....	81
Gráfico 43. PORCENTAJE DE TURISTAS HOSPEDADOS	100
Gráfico 44. CURVA DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA	105
Gráfico 45. MARCA EL PIGUAL.....	108
Gráfico 46. MARCA HOSTERÍA TURINGIA	120
Gráfico 47. MARCA HOSTERÍA SAFARI	123
Gráfico 48. MARCA HOSTERÍA LIZANES.....	126
Gráfico 49. PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS	130
Gráfico 50.MAPA TURÍSTICO DE PASTAZA	151
Gráfico 51. MAPA DE LA CIUDAD DE PUYO	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. BALANZA DE PAGOS- SERVICIOS.....	14
Tabla 2. TASA DE CRECIMIENTO HABITACIONES Y PLAZAS (2009-2014)	38
Tabla 3. TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS Y CATEGORIZACIÓN	39
Tabla 4. FODA	40
Tabla 5. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	48
Tabla 6. TABLA DE FRECUENCIAS GÉNERO –PREGUNTA 1.....	61
Tabla 7. TABLA DE FRECUENCIAS NACIONALIDAD –PREGUNTA 2.....	62
Tabla 8. TABLA DE FRECUENCIAS CIUDAD - PREGUNTA 3-A.....	63
Tabla 9. TABLA DE FRECUENCIAS CIUDAD - PREGUNTA 3-B.....	64
Tabla 10. TABLA DE FRECUENCIAS EDAD – PREGUNTA 4.....	66
Tabla 11. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 5.....	67
Tabla 12. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 6.....	68
Tabla 13. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 7.....	69
Tabla 14. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 8.....	70
Tabla 15. TABLA DE FRECUENCIAS –PREGUNTA 9.....	71
Tabla 16. TABLA DE FRECUENCIAS- PREGUNTA 11	73
Tabla 17. TABULACIÓN CRUZADA NACIONALIDAD VS TIPO DE HOSPEDAJE – PREGUNTA 11	74
Tabla 18. TABLA DE FRECUENCIAS - PREGUNTA 12	75
Tabla 19. TABULACIÓN CRUZADA NOCHES DE HOSPEDAJE VS NACIONALIDAD – PREGUNTA 12.....	76
Tabla 20. FRECUENCIAS –PREGUNTA 13	77
Tabla 21. FRECUENCIAS – PREGUNTA 14	78
Tabla 22. FRECUENCIAS – PREGUNTA 15	79
Tabla 23. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE PRECIO VS NACIONALIDAD - PREGUNTA 15.....	80
Tabla 24. TABLA DE FRECUENCIAS TURISTAS NACIONALES QUE SE HOSPEDARON	99
Tabla 25. TURISMO INTERNO Y RECEPTOR 2012 – TEMPORADA BAJA	101
Tabla 26. PROYECCIONES TURISMO INTERNO Y RECEPTOR TEMPORADA BAJA	102
Tabla 27. CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL – AÑO 2014	103
Tabla 28. PROYECCIONES DE LA DEMANDA PARA LOS SIGUIENTES 5 AÑOS ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA	104
Tabla 29. OFERTA TOTAL AÑO 2014.....	106
Tabla 30. TARIFAS HABITACIONES ESTÁNDAR – EL PIGUAL	109
Tabla 31. TARIFAS HABITACIONES EJECUTIVAS – EL PIGUAL.....	110
Tabla 32. TARIFAS HABITACIONES PREMIUM – EL PIGUAL.....	111
Tabla 33. TARIFAS ESPACIO CUBIERTO – EL PIGUAL	113
Tabla 34. TARIFAS SALÓN EL PAMBILAR – EL PIGUAL.....	114

Tabla 35. TARIFAS SALÓN LOS CORDELINES – EL PIGUAL	115
Tabla 36. TARIFAS SALÓN POMAROSA – EL PIGUAL	116
Tabla 37. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA HACHACASPI	118
Tabla 38. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA TURINGIA	121
Tabla 39. TARIFAS ALIMENTACIÓN	121
Tabla 40. TARIFAS DE ALOJAMIENTO HOSTERÍA SAFARI	124
Tabla 41. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA LIZANES	127
Tabla 42. TARIFAS RESTAURANTE HOSTERÍA LIZANES	128
Tabla 43. OFERTA TOTAL AÑO 2014	129
Tabla 44. PROYECCIÓN DE LA OFERTA PRÓXIMOS 5 AÑOS	129
Tabla 45. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA	130
Tabla 46. CÁLCULO DE LA FRECUENCIA	132
Tabla 47. CÁLCULO DEL PRECIO PROMEDIO	133
Tabla 48. CÁLCULO DEMANDA POTENCIAL	134
Tabla 49. PRECIOS DE LA COMPETENCIA DIRECTA-A	143
Tabla 50. PRECIOS DE LA COMPETENCIA DIRECTA-B	144
Tabla 51. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE PUYO	152
Tabla 52. REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS - A	160
Tabla 53. REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS - B	161
Tabla 54. DISTRIBUCIÓN DE HABITACIONES	163
Tabla 55. DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS	165
Tabla 56. TABLA DE DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS	166
Tabla 57. NORMATIVA DEL MINISTERIO DE TURISMO	170
Tabla 58. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN OBLIGATORIA - A	173
Tabla 59. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN OBLIGATORIA - B	174
Tabla 60. OBLIGACIONES ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	181
Tabla 61. INVERSIÓN TOTAL	183
Tabla 62. ACTIVOS FIJOS	184
Tabla 63. MAQUINARIA Y EQUIPO - A	185
Tabla 64. MAQUINARIA Y EQUIPO - B	186
Tabla 65. EQUIPO DE OFICINA	187
Tabla 66. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	188
Tabla 67. MUEBLES Y ENSERES - A	189
Tabla 68. MUEBLES Y ENSERES - B	190
Tabla 69. VEHÍCULO	191
Tabla 70. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	192
Tabla 71. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	193
Tabla 72. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	194
Tabla 73. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	197
Tabla 74. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA - A	198
Tabla 75. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA - B	199
Tabla 76. MATERIA PRIMA	204
Tabla 77. INSUMOS DIRECTOS	205
Tabla 78. MANO DE OBRA	207
Tabla 79. MENAJE - A	208
Tabla 80. MENAJE - B	209

Tabla 81. DECORATIVOS.....	210
Tabla 82. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA - A	211
Tabla 83. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA - B	212
Tabla 84. MANO DE OBRA INDIRECTA.....	213
Tabla 85. ÚTILES DE ASEO.....	214
Tabla 86. UNIFORMES	215
Tabla 87. SERVICIOS BÁSICOS.....	215
Tabla 88. SUMINISTROS DE OFICINA.....	217
Tabla 89. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	219
Tabla 90. SERVICIOS BÁSICOS.....	220
Tabla 91. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA	222
Tabla 92. GASTOS DE UNIFORMES	223
Tabla 93. GASTOS DE PUBLICIDAD	224
Tabla 94.EVALUACIÓN DE LA INFLACIÓN.....	224
Tabla 95.EVOLUCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	225
Tabla 96. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS - A	226
Tabla 97. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS - B	227
Tabla 98. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	229
Tabla 99. BALANCE GENERAL.....	230
Tabla 100. ESTADO DE RESULTADOS	231
Tabla 101. FLUJO DE EFECTIVO	233
Tabla 102. Cálculo de la Tasa WACC	234
Tabla 103. VALOR ACTUAL NETO	236
Tabla 104. TASA INTERNA DE RETORNO.....	238
Tabla 105. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	239
Tabla 106. RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	240
Tabla 107. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS	242
Tabla 108. ÍNDICES FINANCIEROS	245
Tabla 109. ESCENARIO I	246
Tabla 110. ESCENARIO II.....	247
Tabla 111. ESCENARIO III.....	247

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. ENTREVISTA A RESPONSABLE DEL MINISTERIO DE TURISMO	82
Fotografía 2. HABITACIONES ESTÁNDAR – EL PIGUAL	108
Fotografía 3. HABITACIONES EJECUTIVAS – EL PIGUAL.....	109
Fotografía 4. HABITACIONES PREMIUM – EL PIGUAL.....	110
Fotografía 5. INSTALACIONES HOSTERÍA EL PIGUAL.....	112
Fotografía 6. ESPACIO CUBIERTO – EL PIGUAL	113
Fotografía 7. SALÓN EL PAMBILAR – EL PIGUAL	114
Fotografía 8. SALÓN LOS CORDELINES – EL PIGUAL	115
Fotografía 9. SALÓN POMAROSA – EL PIGUAL	116
Fotografía 10. HABITACIONES HOSTERÍA HACHACASPI.....	117
Fotografía 11. INSTALACIONES HOSTERÍA HACHACASPI.....	119
Fotografía 12. HABITACIONES HOSTERÍA TURINGIA	120
Fotografía 13. INSTALACIONES HOSTERÍA TURINGIA	122
Fotografía 14. SALA DE SESIONES HOSTERÍA TURINGIA	122
Fotografía 15. INSTALACIONES HOSTERÍA SAFARI	125
Fotografía 16. ELEMENTOS DE LA MARCA	137
Fotografía 17. Colores de la marca.....	137
Fotografía 18. MARCA.....	138
Fotografía 19. Papelería básica.....	140
Fotografía 20. GAFETE	140
Fotografía 21. LLAVE	141
Fotografía 22. PUERTA	141
Fotografía 23. JABÓN.....	141
Fotografía 24. TOALLAS	142

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de analizar la factibilidad y las fuentes de financiamiento para la creación de una hostería en la ciudad de Puyo, con el propósito fundamental de implementar un negocio nuevo y no eliminar un patrimonio familiar.

Para comenzar con la investigación se realizó estudio de la situación actual de la industria hotelera desde un aspecto macroeconómico, hasta el análisis de la situación actual del alojamiento tipo hostería en el cantón Pastaza, ciudad Puyo. El análisis FODA permitió determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la industria hotelera en Pastaza.

En el estudio de mercado se aplicaron encuestas al turismo interno y receptor, con la finalidad de conocer sus preferencias. Se entrevistó personajes importantes en la industria, se identificaron los segmentos meta, la demanda y oferta actual, la demanda insatisfecha, la competencia directa del proyecto, sus servicios y los precios a los cuales ofertan. Con la demanda potencial se obtuvo la capacidad hotelera y por último se analizó marketing mix y las 5 fuerzas de Porter.

Mediante el estudio técnico analizó la macrolocalización y la microlocalización del proyecto, los requisitos para una categorización de 5 estrellas (primera categoría), se definió el tamaño del proyecto y la distribución de las áreas y servicios a ofrecer, también se consideraron los aspectos ambientales.

El capítulo de la base normativa y legal consta de una descripción de la normativa vigente otorgada por el Ministerio de Turismo. Por otra parte se definió la figura legal del proyecto, se describieron las reformas a la ley de compañías y los cambios en el proceso de constitución de compañías y por último los requisitos de funcionamiento.

Con el estudio financiero se realizó el análisis más importante, la factibilidad del proyecto propuesto, para ello se determinó la inversión requerida, los ingresos, costos y gastos del proyecto, las fuentes de financiamiento, por último mediante la evaluación financiera y el análisis de sensibilidad se llegó a la conclusión de que el proyecto factible tras obtener un VAN de \$531.305,77 de y un TIR de 60,5%.

INTRODUCCIÓN

La Amazonía es una región en donde el ecoturismo está creciendo, por lo que era necesaria una investigación de la factibilidad de la creación de una Hostería en la ciudad del Puyo, la propuesta de hostería del presente trabajo cuenta con el valor agregado de estar ubicada en el centro de la ciudad con una infraestructura completa: servicios de alimentación, piscinas, alojamiento con todas las comodidades y espacios verdes, creando un lugar exclusivo para el hombre de negocios, la familia ecuatoriana y extranjera.

Fue de primordial importancia determinar las inversiones, los costos y gastos, proyectar flujos de fondos a obtenerse en cinco años, la razón de dichos cálculos es determinar las tasas de retorno, los valores actuales netos y la relación de beneficio frente al costo.

La importancia del trabajo radica en establecer la factibilidad de crear una hostería que cumpla con todos los requisitos establecidos para ser de primera categoría, generando ganancias tanto para los inversionistas como para los dueños de este hermoso patrimonio que busca dejar de ser improductivo.

1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO Y LA HOTELERÍA

1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

1.1.1 Situación macroeconómica del país

Ecuador en los últimos 7 años ha sido protagonista de muchos cambios, con el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir o Sumak Kawsay, el Gobierno Nacional ha venido impulsando la constitución de un nuevo modelo de desarrollo, promoviendo el cambio de un Estado rentista, extractivista y excluyente a uno productivo y justo.

Se ha reforzado la explotación de recursos naturales como es el petróleo y además se ha direccionado también a la explotación minera, los principales proyectos son: Fruta del norte (oro y plata) con la empresa Kinross/Aurelian, Mirador (Cobre) y San Carlos Paniza (Cobre) con Ecuacorriente S.A ECSA, Quimsacocha (Oro) con IAMGOLD ECUADOR

S.A y Río Blanco (Oro) con la empresa San Luis Minerales S.A. IMC. (EL TELÉGRAFO, 2013)

Mediante información obtenida del diario EL UNIVERSO, publicada en el mes de agosto de 2014, se conoce que economía del país se encuentra estable para el primer trimestre, Ecuador creció un 4,9%, el sector petrolero casi un 13% y el no petrolero un importante 4,3%; a pesar de que en la economía mundial existe una desaceleración del crecimiento, esto se ha dado gracias al proceso de dolarización ya que al no tener moneda nacional, es un poderoso instrumento para estimular la economía. (EL UNIVERSO, 2014)

Según la Comisión Económica para América Latina Cepal para este año se estima que la economía de Ecuador crezca el 5% sobre la base del continuado dinamismo de la demanda interna, en particular de la inversión, junto a la actividad de refinación de petróleo, un leve incremento de la inflación y un aumento de la deuda pública.(EL TELÉGRAFO, 2014).

El país ha optado por un endeudamiento agresivo debido a que el presupuesto no alcanza para cubrir los gastos demandados, hasta febrero de 2014 la deuda externa de Ecuador era de USD 13 029 millones, de este

monto el 36% corresponde a préstamos con China. (MINISTERIO DE FINANZAS, 2014)

Además Ecuador regresó a los mercados internacionales de deuda con una emisión de bonos soberanos en el mercado abierto por USD 2.000 millones a 10 años plazo y un cupón de 7,95%. Este tipo de operaciones es parte de las acciones del Gobierno en su búsqueda de financiamiento. (ECUADOR INMEDIATO, 2014). Por otro lado se espera que las alianzas estratégicas entre Ecuador y empresas chinas traigan beneficios para ambos países, al año 2014 existen 70 empresas chinas laborando en proyectos de todo tipo y generando nuevas plazas de trabajo. Petroecuador mantiene vigentes 5 contratos de compraventa de hidrocarburos con Petrochina hasta el 2016, todos ellos atados a préstamos o anticipos de dinero provenientes del gigante asiático.(EL COMERCIO, 2012). En el año 2011 Ecuador exportaba un 54% de su petróleo a China por ventas anticipadas de las cuales la estatal Petrochina ya cubrió USD 1.000 millones, las ventas de petróleo para el año 2013 han superado el 80% de total exportable, incluso la su venta anticipada, la balanza comercial se mantuvo negativa USD 2 701 millones. La inversión con China está direccionada a proyectos de explotación petrolera de alta rentabilidad.

Es un objetivo del gobierno actual un cambio en la Matriz Productiva tanto en la forma como en el fondo de la producción, cambiando la economía de explotación de recursos con un sistema primario a una producción intensiva con el uso de tecnología de punta. Ecuador está destrozando la economía ortodoxa, la neoclásica, la que decía que para aumentar puestos de trabajo hay que disminuir salarios, eludir el pago de utilidades a través de la tercerización laboral.

Otro paso hacia adelante en el cambio de la matriz productiva es la ciudad del conocimiento “Yachay”, cuya misión es desarrollar la ciudad bajo estándares internacionales integrando la actividad científica, académica y económica, impulsando la innovación e investigación, lo que permitirá pasar de ser un país primario exportador a ser un país generador de tecnología y conocimiento.

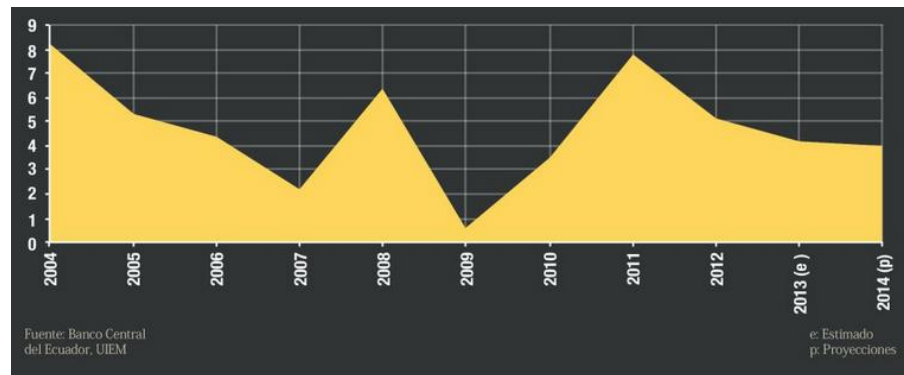
Es así como Ecuador ha tenido lugar a varias transformaciones históricas en la salud, cuidado infantil, carreteras, puertos, aeropuertos, telecomunicaciones, generación de energía, el sistema judicial y en la seguridad, mediante la inversión en el gasto público; se espera que se mantengan los niveles de crecimiento económico y la estabilidad del país.

1.1.2 Análisis de indicadores

1.1.1.1 Tasa de crecimiento del PIB

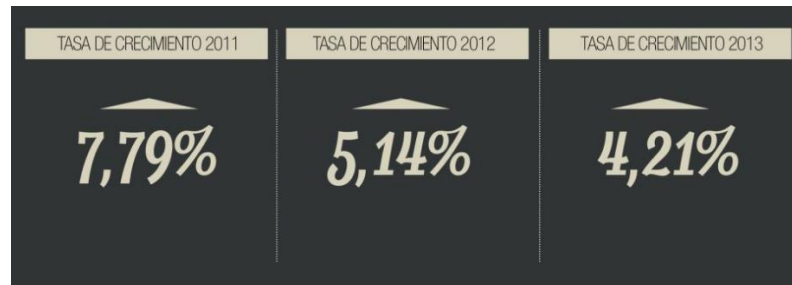
La economía ecuatoriana ha venido manteniendo su tendencia de crecimiento, pero cada año se torna más complejo mantener esta tendencia. Esto ha llevado a que desde el Gobierno se adopten medidas como: la restricción de importaciones, generación de producción local y altos niveles de inversión, para mantener el proceso o revertirlo.

Gráfico 1. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB ECUATORIANO



Fuente: Banco Central del Ecuador/UIEM

Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

Gráfico 2. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

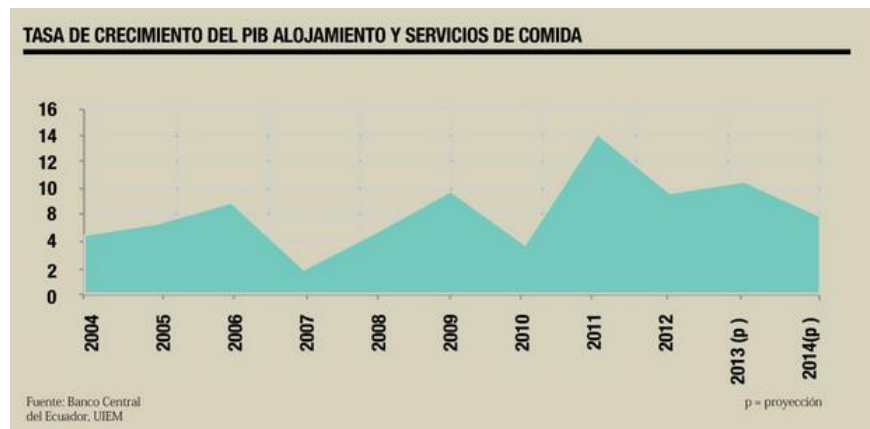
Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

En el Gráfico 2 se puede observar las tasas globales de crecimiento del PIB, para el año 2011 fue de 7,79%, en el año 2012 fue de un 5,14% y en el 2013 de 4,21%; para el año 2014 la proyección de crecimiento sigue siendo favorable y se la estima en 6,6%, superando el 4,03% de la economía en su conjunto.

Los servicios de alojamiento y de comida representan a uno de los sectores con mayor dinamismo, esto se ha dado gracias al desarrollo de nuevos emprendimientos dirigidos al segmento de restaurantes, lo que ha impulsado la inversión local y los altos niveles de consumo generados por mayores ingresos. A nivel nacional, el incremento del consumo de los hogares ha sido un factor determinante. Es así como en los años 2012 y 2013 éste tuvo un crecimiento anual de 13,94% y 10,16%. Además se ha incrementado su participación en la economía y se ha registrado una

tendencia de crecimiento en este rubro y en el año 2013 se estima que su participación en el PIB total se ubicó en 2,10%. (Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos, 2014)

Gráfico 3. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA



Fuente: Banco Central del Ecuador/UIEM

Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

Gráfico 4. PROYECCIONES DE CRECIMIENTO

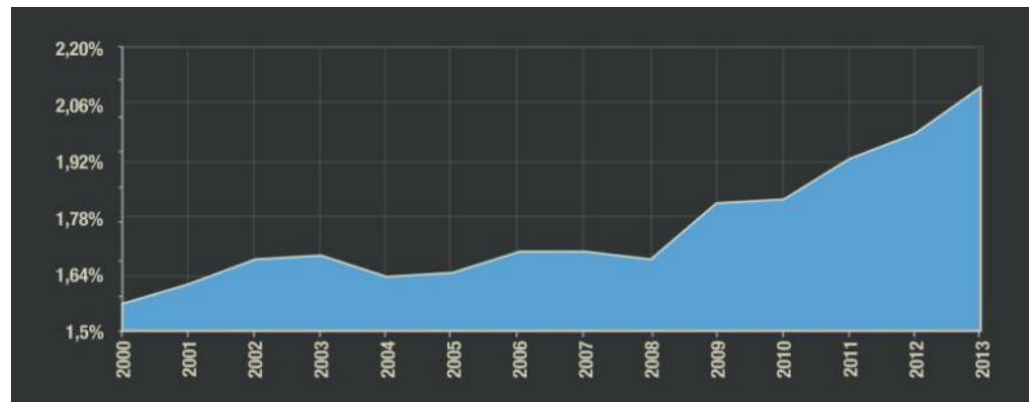


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

El sector de alojamiento y servicios de comida está relacionado con el sector turístico, que creció en los últimos años, de tal forma que durante el periodo 2003-2013 presentó una tendencia de incremento del PIB de 96,73%, con un crecimiento promedio anual del 7,05%.

Gráfico 5. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA



Fuente: Banco Central del Ecuador/UIEM

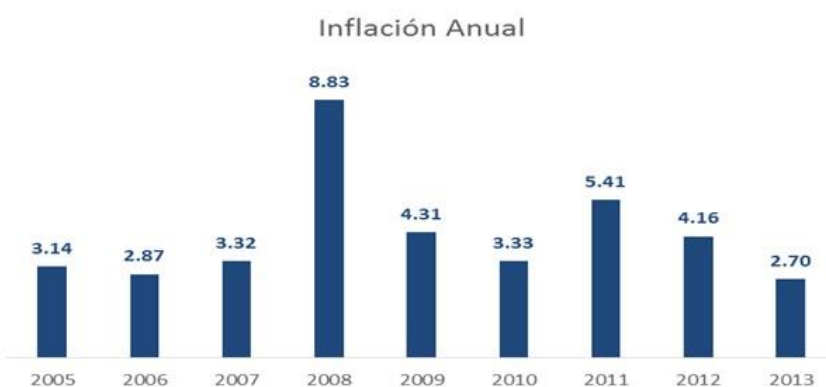
Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

1.1.1.2 Inflación

Ecuador cerró el año 2013 con una inflación de 2,70%, la más baja desde hace 8 años, mientras que en el año 2012 fue de 4,16%. La división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas fue la que más contribuyó en la variación mensual de IPC con el 35,26% del total.

Las ciudades que menos inflación reportaron fueron Quito y Cuenca con el 0,05 y -0,45% respectivamente. La canasta básica se ubicó en 620, 86 dólares, mientras que el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores fue de \$593,60. (EL TELÉGRAFO, 2014)

Gráfico 6. INFLACIÓN ANUAL



Fuente: INEC

Elaborado por: Diario EL TELÉGRAFO

En agosto de 2014, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,21% la inflación mensual; 4,15% la anual y 2,52% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2013 fue de 0,17% la inflación mensual; 2,27% la anual y 1,10% la acumulada. El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 638,06 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 634,67 dólares, esto implica una cobertura del 99,47% del costo total de dicha canasta. (INEC, 2014)

El índice de restaurantes y hoteles está conformado por el grupo de servicios de suministros de comida por contrato que incluye restaurantes, cafés y establecimientos similares y por servicios de alojamiento. A agosto de 2014, la quinta inflación más alta es la de restaurantes y hoteles con una tasa de 4,92% lo que representa un 0,77% más que la inflación anual total del mes de agosto que se ubicó en 4,15%.

La inflación acumulada de agosto de 2014 (2,52%) fue superior respecto al porcentaje registrado en igual período de 2013. En el mes de análisis, y por divisiones de consumo, la mayor inflación acumulada por sobre el promedio general se ubicó en Bienes y Servicios Diversos (5,14%) seguido de Alojamiento (3,57%) y Restaurantes y Hoteles (3,52%). (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)

1.1.1.3 Deuda externa

Según información obtenida del ministerio de finanzas se puede ver claramente como la deuda externa ha venido incrementándose a lo largo del tiempo; en el año 2011 era de USD 10,055,3 millones de

dólares, en el 2012 fue de USD 10,871,8 millones de dólares, en el 2013 de USD 12,920,1 millones de dólares y a julio de 2014 la deuda externa de Ecuador fue de USD 15,229.4 millones de dólares. Las principales organizaciones internacionales acreedoras son: el BIRF, BID, CAF, FMI, FIDA, FLAR y deudas con otros gobiernos, el Club de París, bancos y bonos Brady, Global y Soberanos 2014. (MINISTERIO DE FINANZAS, 2014)

Los recursos de la deuda externa están llegando ante las necesidades de financiamiento para proyectos del país en un panorama que el presidente Correa anticipó sería ‘difícil’ en lo fiscal en 2014 y 2015, por el nivel de inversión pública requerido, especialmente para la construcción de hidroeléctricas. Ecuador acudió a China para cubrir el déficit fiscal de 2015, que oscilaría entre 8.000 y 9.000 millones de dólares, o 4,5 a 5% del PIB. China es el principal acreedor bilateral de Ecuador, y socio del mayor proyecto petrolero del país, la Refinería del Pacífico. El año 2014 y 2015 serán de alta presión fiscal debido a que se están terminando los grandes proyectos estratégicos. (ECUAVISA, 2014)

1.1.1.4 Balanza de pagos

La balanza de pagos está conformada por dos grandes brazos que la sostienen: la cuenta corriente (registra los cobros y pagos por las exportaciones e importaciones de bienes y servicios, las rentas y las transferencias de dinero) y la cuenta de capital y financiera (incluye las inversiones extranjeras directas y otros activos y pasivos como los créditos comerciales).

Aunque hasta el tercer trimestre de 2013 el total de la balanza de pagos fue positiva, la cuenta corriente nacional registró cifras en rojo. Para contrarrestar el saldo negativo de la balanza comercial (de \$ 594,5 millones hasta septiembre de 2013), el gobierno viene impulsando desde finales del año pasado un modelo de sustitución de importaciones, que busca controlar el ingreso de productos e incentivar la industria nacional. (EXPRESO, 2014)

Mediante información obtenida del Banco Central se pudo comparar los datos de servicios prestados y recibidos desde el año 2011 al 2014, se tiene lo siguiente:

Tabla 1. BALANZA DE PAGOS- SERVICIOS

En millones de dólares	SERVICIOS	2011	2012	2013	2014 Segundo trimestre
	Servicios prestados Alojamiento, alimentación de tripulación	11,0	11,7	12,3	3,2
	Servicios recibidos Alojamiento, alimentación de tripulación	14,2	13,3	13,1	3,3

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Páez

Una de las cuentas que está en rojo es la de servicios, específicamente servicios de alojamiento y alimentación de tripulación, esto se ha mantenido por varios años, según analistas estas subcuentas marcan generalmente negativo debido a que nuestro país paga altos costos por fletes y seguros a barcos y aviones extranjeros, ya que no contamos con flotas de tráfico internacional.

1.1.1.5 Empleo, subempleo y desempleo

A partir de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del mes de junio de 2014, se conoce que el desempleo se ubicó en 5,72% frente al 4,89% de junio del 2013. El subempleo llegó a 41,15% y la ocupación plena a 52,78% en

comparación al 46,25% y 49,92% respectivamente de junio del 2013. En el Ecuador, de cada 10 plazas de trabajo, 8 son generadas por el sector privado y 2 por el sector público.

El desempleo nacional a partir de diciembre del 2009 presentaba una tendencia de reducción constante, hasta diciembre 2013 donde empieza un leve incremento. El desempleo nacional pasó de 3,91% en junio del 2013 a 4,65% en junio del 2014. El indicador presenta un incremento de 0,74 puntos porcentuales, esta variación es estadísticamente significativa.

En el período de junio del 2013 a junio del 2014, el subempleo a nivel nacional presenta una disminución de 5,3 puntos porcentuales, pasando de 56,39% a 51,07% respectivamente. Por otro lado, la ocupación plena aumenta 5,7 puntos porcentuales, pasando de 38,35% a 44,02% respectivamente. En ambos casos la variación es estadísticamente significativa a un 95% de confianza. (INEC, 2014)

El INEC realiza un levantamiento de información de empleo en el país, la ENIGUR (Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales). La Población Económicamente Activa (PEA) de las actividades de alojamiento y servicios de comida

representa el 5.30% de la PEA total. Actualmente se estima en 6,736,209.00 personas. En los últimos 5 años la PEA sectorial se incrementó en 26,72% al pasar de 281,759.00 en el año 2009 a 357.053 personas en el año 2013.

El ingreso de personas que trabajan por cuenta propia en actividades de alojamiento y servicio de comida presentan un ingreso promedio en el 2013 de 651,00 dólares, y las personas que son asalariadas un ingreso de 309 dólares, 9,00 dólares menos que el salario básico unificado establecido en el año 2013. (Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos , 2014)

1.1.3 Matriz Productiva

La matriz productiva es la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de estos procesos,

denominamos matriz productiva. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

Durante mucho tiempo, la economía ecuatoriana ha sido proveedora de materias primas en el mercado internacional y al mismo tiempo se ha caracterizado por ser importadora de bienes y servicios con un mayor valor agregado, lo que la ha colocado en una situación de intercambio desigual. Al ver esta situación, el gobierno de la Revolución Ciudadana, liderado por el presidente Rafael Correa, desde el inicio de su gestión impulsó un proceso de cambio del patrón de especialización productiva de la economía, con la finalidad de que Ecuador genere mayor valor agregado en su producción, basado en una sociedad del conocimiento.

Se plantea la transformación del patrón de especialización de la economía y de esta manera lograr una inserción estratégica y soberana a nivel mundial; y así poder contar con nuevos esquemas de generación y distribución de la riqueza. Esta transformación permitirá el paso de un patrón de especialización primario exportador a uno que privilegie la producción con mayor valor agregado.

Los ejes de intervención de la matriz productiva son: clima de negocios, atracción de inversiones, medidas arancelarias y para-arancelarias, aseguramiento de la calidad, fomento y promoción de exportaciones, incentivos productivos, compras públicas, logística, conocimiento e innovación, financiamiento; el turismo como actividad productiva toma mayor impulso con esta política estatal puesto que ayuda a una dinamización económica de sectores que requieren la participación de microempresarios, accionistas y emprendedores que cumplan con las exigencias y calidad de su producto ofertado. (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2014)

1.1.4 La hotelería y turismo en el Ecuador y el mundo

La hotelería cuyos orígenes remonta a los días de Grecia donde formaban una estructura social y leyes, iniciaron las olimpiadas en Olimpus, donde los huéspedes en ese entonces, buscaban un sitio donde pasar la noche. En la antigua Roma se conserva evidencias, tanto en pinturas, ruinas arquitectónicas y escritos, de la existencia de hosterías llamadas “Mansiones”.

Por lo que existían varias clases de establecimientos ubicados a lo largo de los caminos y dentro de las poblaciones, había tabernas y posadas para

satisfacer las necesidades de los viajeros que realizaban transportes a caballos y de la población local. Tras la caída del imperio Romano las posadas dejaron de ser útiles por lo que el comercio casi desapareció y tenían poca frecuencia de viajeros, dando así una idea de cómo era el alojamiento de aquellos días en la antigüedad, desempeñándose así un papel importante de cómo fue creada y sin darnos cuenta ha ido involucrándose en nuestras vidas siendo así un factor importante cuando realizamos algún viaje fuera de nuestro entorno habitual. (Rodríguez, 2012)

En el marco de una visión mundial en los últimos años se asiste a una explosión de la actividad turística, habiéndose despertado un gran entusiasmo por el denominado turismo orientado a la naturaleza, el turismo en áreas protegidas, étnico, de aventura y el agroturismo, los mismos que demandan a lugares que se han convertido en un núcleo receptor masivo, posean un sin número de infraestructura turística, así como también bienes y servicios que presten calidad y calidez, estos deben ser publicitados y promocionados para que los turistas puedan consultar y revisar la información turística actualizada que les permita organizar su viaje de manera planificada.

El turismo como una actividad que dinamiza la economía mundial, es motora de grandes avances y cambios en países que lo han declarado como

prioridad de estado, siendo este caso de países como Costa Rica, México, España, entre otros. La creciente demanda y sus apegos a viajes con un turismo vivencial, de naturaleza o el conocido ecoturismo es notable cada vez más.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (OMT, 2007)

Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en este sector, haciendo del mismo un factor clave de progreso. Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento en el mundo. (Organización Mundial de Turismo, 2014)

Perspectivas a largo plazo:

- Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán en un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030.
- Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas en destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de las economías avanzadas (+2,2% al año).
- La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2013 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales. (Organización Mundial de Turismo, 2014)

Gráfico 7. EL TURISMO EN EL MUNDO CIFRAS CLAVES



Fuente: Boletín N.6 PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO

Elaborado por: MINISTERIO DE TURISMO - Coordinación General de Estadística e Investigación.

Gráfico 8. CIFRAS CLAVES ECUADOR 2013

Fuente: Boletín N.6 PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO

Elaborado por: MINISTERIO DE TURISMO - Coordinación General de Estadística e Investigación.

Gráfico 9. POSICIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA

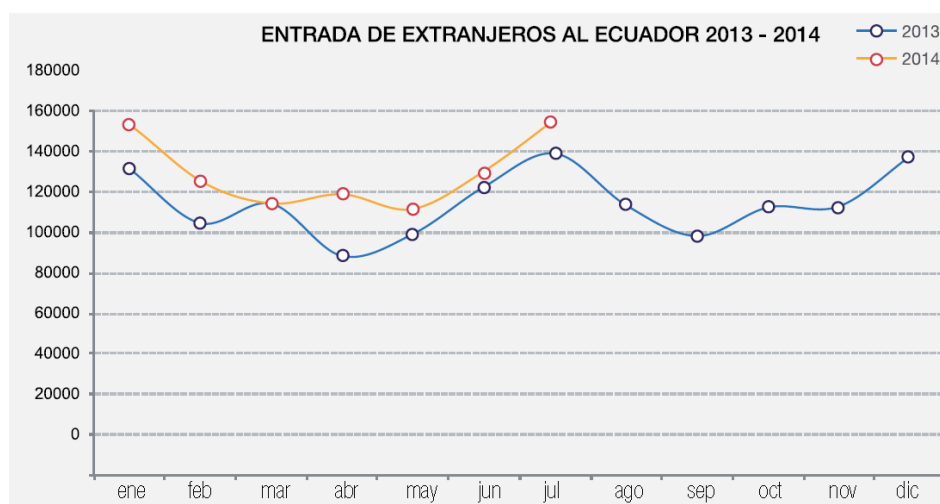
Fuente: Boletín N.7 PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO

Elaborado por: MINISTERIO DE TURISMO - Coordinación General de Estadística e Investigación.

El ingreso de turistas le reportó a Ecuador 378,5 millones de dólares en el primer trimestre 2014, lo que ubica a ese rubro en el tercer renglón económico por ingreso de divisas.

Junio de 2014 mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, reflejado en el 6% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013, igualmente en el período enero-junio de 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior. (Ministerio de turismo, 2014)

**Gráfico 10. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR
JUL-2013-2014**



Fuente: Boletín N.7 PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO

Elaborado por: MINISTERIO DE TURISMO - Coordinación General de Estadística e Investigación.

Julio 2014 registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, en el orden del 12% con respecto a julio del año 2013, igualmente en el período enero-julio de 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior. (Ministerio de Turismo, 2014)

Gráfico 11. LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

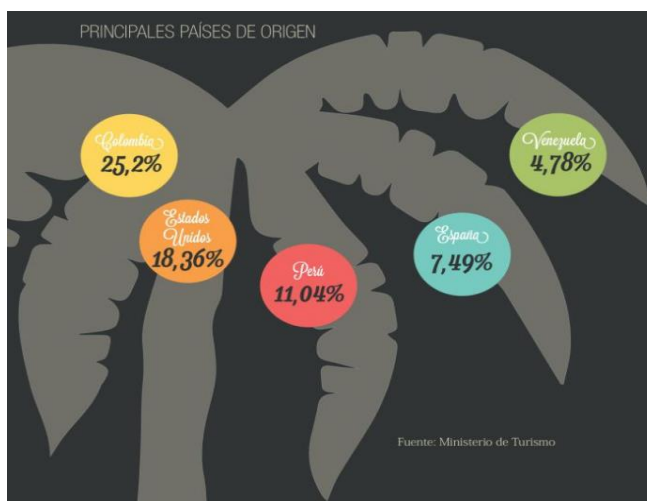
Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,5
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,5
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	12,9
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,7
Subtotal	618.790	667.756	757.927	793.743	904.249	13,92
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	-	-
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	-	-
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	-	-
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	-	-

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC

Elaborado por: Dirección Nacional de Migración.

Es el caso del número de visitantes en los últimos años y adicionalmente las fechas de temporada alta y baja en la industria del turismo.

Gráfico 12. PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos – REVSITA LA BARRA

De acuerdo al MINTUR los mercados claves en la actualidad son: Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania. Los mercados de consolidación son Argentina, Chile, Canadá, Gran Bretaña, Francia, Brasil, Italia y Holanda y los mercados de oportunidad son Venezuela, México, Panamá, Bélgica, Costa Rica y Austria.

Nuestro país, tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible por su diversidad, formando parte de los 17 países megadiversos, con un alto potencial para posicionarse como destino natural ya que cuenta con la mayor diversidad de vida por unidad de superficie en la escala mundial, haciéndose énfasis en el slogan Ecuador “ama la vida” y en el concepto de turismo consciente. (Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid, 2010)

Ecuador tiene 19,1 millones de hectáreas de Áreas Protegidas (AP). Es decir, aproximadamente, el 19% del territorio nacional corresponde a las 49 regiones que el Ministerio del Ambiente (MAE), a través de la Subsecretaría de Patrimonio Natural, custodia y preserva para garantizar la conservación de la biodiversidad y el bienestar de todos los seres vivos, ejerciendo rectoría, regulando y asignando los recursos económicos necesarios, a partir de la aprobación de la Constitución Política de 2008.

La calma y enigma de la selva, la imponente silente del páramo, la fuerza y la intensidad del océano, son solo algunas de las sensaciones que provoca y contagia el patrimonio ambiental y cultural del país del equinoccio, pues el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) está conformado por Parques Nacionales, Reservas Biológicas, Ecológicas, Geobotánicas, de Producción Faunística, Marinas, Refugios de Vida Silvestre, y Áreas de Recreación distribuidas en todo el Ecuador. (Ministerio del Ambiente, 2013)

Nuestro país ofrece algo que muy pocos países tienen, su diversidad cultural, su variedad de lenguas y la hospitalidad de su gente, en un territorio tan pequeño, con catorce nacionalidades y pueblos indígenas que conviven con mestizos y afroecuatorianos, cada uno con sus propias costumbres, tradiciones, lengua, es lo que permite que Ecuador busque un turismo sostenible.

1.1.4.1 Gasto en hoteles y restaurantes

Mediante la ENIGUR, se estableció que el gasto promedio a nivel nacional en alimentos y bebidas fue de 24,13 dólares diarios por persona y que el gasto promedio en alojamiento fue de 11,75 dólares diarios, con un promedio de 2 noches de estancia en el destino. Los destinos que registran más de 2 días promedios de

estancia son Esmeraldas y Galápagos. El gasto promedio diario en vacaciones por hogar es de \$48,80. (Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos , 2014)

1.1.4.2 Promedio de Ingresos Servicios de Alojamiento

Para el año 2012 se registran 216 empresas que realizan actividades de alojamiento, de las cuales 3,24% son grandes empresas, el 21,76% medianas empresas y el 75% pequeñas empresas. De todas éstas el 69,4% prestan servicios de hospedaje en hoteles, el 19,4% servicios de hospedaje en hosterías y el 11,1% otros tipos de hospedaje como pensiones, cabañas, etc. Las empresas que prestan servicio de hospedaje en hosterías registran ingresos promedios de 533,084.05 dólares. (Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos , 2014)

Gráfico 13. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO – PROMEDIO DE INGRESOS



Fuente: REVISTA LA BARRA

Elaborado por: Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos

1.1.5 Actividades de promoción

El PLANDETUR 2020 ha definido estrategias o herramientas para generar un turismo sostenible en el país con especial énfasis en el manejo de la frágil Amazonía. Tomando en cuenta un proceso de transformación de los productos turísticos, beneficiando la generación y la consolidación de la oferta turística de Ecuador que sobre todo no evidenciaba algo definitivo para la Amazonía. (Ministerio de Turismo, 2007)

Ecuador invita a los viajeros del mundo a visitar es país, para descubrir nuevos lugares, sentirse libres, entrar en sincronía con la naturaleza, escapar de la rutina, compartir el tiempo con otros, volver a creer, parar sus acelerados ritmos de vida y dar tiempo a cosas importantes, más allá del trabajo.

La campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR gira en torno al concepto de que en el país todo está cerca como en ningún otro lugar del mundo. Cuenta con una variada oferta turística en las 4 regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, destacándose la cultura, patrimonio, naturaleza, aventura, gastronomía, paisajes, entre otros.

Gráfico 14. LOGO CAMPAÑA ALL YOU NEED IS ECUADOR



Fuente: <http://revistaecoturismo.com.br/radio/?p=174>

Elaborado por: Revista Ecoturismo

Es importante destacar que, si bien la campaña de expectativa estuvo enfocada a países específicos, esta etapa despertó gran interés en todo el mundo. Gente de Australia, Nueva Zelanda, Egipto, Singapur, Malasia,

Venezuela, entre otros, se han sumado a esta iniciativa, la estrategia invita a amar la vida, y a descubrir que Ecuador es una Potencia Turística. El objetivo es lograr que al concluir el 2014, Ecuador reciba al menos 1,5 millones de turistas. En el 2013 visitaron el país 1'366.269 extranjeros. (Ministerio de Turismo, 2014)

1.2 CONTEXTUALIZACIÓN

La Amazonía es una región inexplorada en vegetación tropical, ríos, fauna y flora. Las actividades turísticas se desarrollan en un marco de la protección ambiental a través de áreas protegidas y atractivos turísticos de grandes potencialidades que están siendo promocionadas.

El cantón Pastaza alberga un sin número de ofertas turísticas; complejos y establecimientos que son partícipes en el desarrollo de variadas actividades de turismo, ya sea en la ciudad como en sus parroquias. Lugares en donde se puede disfrutar de escenarios para la práctica de deportes de aventura, recreación familiar y por supuesto se puede saborear la gastronomía típica y tradicional de la Amazonía.

Pastaza: Aventura, Selva y Tradiciones es la provincia más grande del país, cuna de siete nacionalidades, dotada de un gran potencial turístico con sus cuatro cantones.

Los atributos que Pastaza posee van desde una significativa diversidad étnica cultural, y paisajística, que con sus recursos naturales de ríos, bosques, montañas, constituyen un importante potencial turístico, estos atributos a su vez le hacen merecedora de un gran interés nacional e internacional por su protección y manejo de recursos.

1.2.1 Ciudad de Puyo

Dentro del pulmón del mundo sobresale en la espesura de la selva la Ciudad de Puyo que proviene del vocablo kichwa PUYU, que traducido, significa neblina – nublado, característica natural del sector. Entre caña de azúcar, arte en balsa, gastronomía exquisita y la amabilidad de su gente, Puyo se ha convertido en un paraíso turístico que dispone de todos los servicios para atender a los visitantes que llegan a disfrutar de los atractivos naturales y culturales.

Antes de la conquista, nómadas amazónicos llegaron a Costa y Sierra para por primera vez intercambiar sus productos, uno de ellos, el -ishpingu-. Con la llegada de los españoles, se cambia la nominación del árbol al castellano Canela, razón para que ciertas expediciones de la época se titulen -Viaje al país de la Canela- refiriéndose a la selva. Mauca Llacta, un pueblo amazónico recibe a misioneros en 1624; su basta producción de

la mencionada especie denomina al sector Provincia de la Canela en el siglo XVIII. La explotación se acrecentó hasta casi eliminarla. (paisturistico.com, 2012).

1.2.1.1 Atractivos turísticos

Pastaza y Puyo poseen una gran variedad de atractivos turísticos, entre privados y otros manejados por la administración municipal.

A continuación los 11 atractivos más visitados en Puyo:

- Parque Acuático Morete Puyo:

Tiene capacidad para 3000 personas, este parque de diversión familiar basa en las actividades acuáticas toda su infraestructura. Se encuentra ubicado atrás del terminal terrestre de la ciudad de Puyo, en el barrio Libertad. El parque acuático posee los toboganes más altos del Ecuador, su principal atractivo es la piscina de olas.

- Parque Etno-Botánico Omaere:

Un parque etno botánico es un lugar donde se describe las formas de vida de una etnia o nacionalidad con visitas in situ, se ubica en el barrio Obrero en la ciudad de Puyo, se podrá

aprender sobre las formas de vida de las comunidades Shuar y Waorani. Además el parque posee una gran colección de plantas de la zona.

- Cascada Hola Vida:

Esta reserva privada de bosque tropical húmedo, se encuentra en la vía a Puyupungo a 30 minutos de la ciudad de Puyo. Se puede realizar un recorrido hasta la cascada en donde se puede observar una gran cantidad de plantas e insectos.

- Zoocriadero de Fátima:

Es un lugar de investigación y estudio, un centro de conocimientos abierto a la investigación y desarrollo científico.

Se encuentra ubicado a nueve kilómetros de la vía Puyo – Tena

El Centro ha ganado varios premios a nivel nacional e internacional por su dedicada e innovadora labor conservacionista. El zoocriadero de este proyecto puede ser visitado por turistas y estudiosos en los campos de la zoología y ecología durante toda la semana.

- Yanacocha:

Es una fundación sin fines de lucro, cuya misión en la lucha constante por detener el tráfico ilegal de la flora y fauna

Amazónica. Se realizan actividades como la creación de senderos ecológicos, jardines botánicos, reforestación, piscicultura y huertos.

- El Dique de Mera:

La ciudad de Mera se halla a solo 15 minutos de la ciudad de Puyo, en la vía hacia Baños- Tungurahua. El Municipio local, mediante un proyecto turístico represó en un dique artificial al Río Tigre, la mayor atracción son los toboganes que desembocan al río. La construcción mantiene bastante armonía con el entorno siendo un lugar muy amplio y agradable para el disfrute familiar.

- Jardín Botánico las Orquídeas:

Este jardín es un proyecto privado digno de admiración, se logró por iniciativa privada y sin fondos públicos. Tomó alrededor de 18 años hasta que el bosque volvió a recuperarse y las especies de insectos, reptiles aves e incluso mamíferos volvieron a resguardarse en este espacio recuperado de bosque tropical. La mayoría de orquídeas que se pueden observar, están en peligro de extinción.

- Paseo Turístico del Río Puyo:

Un sendero construido la borde del río Puyo, se encuentra ubicado en el Barrio Libertad, posee varias atracciones, como las varias cabañas familiares con facilidades para acampar y preparar alimentos, se pueden observar gran variedad de plantas y especies propias de la zona.

- Turismo Comunitario en Cotococha:

La comunidad de Cotococha se encuentra a 30 minutos de la ciudad. En la vía Puyo - Macas, sector PuyuPungo. Ofrece al turismo alojamiento comunitario y atención con varios servicios. Esta es una comunidad de origen Kichwa que se ha integrado a un proceso de turismo comunitario con el afán de poder mejorar la calidad de vida de sus integrantes sin perder su identidad y cultura ancestral.

- Museo Étnico Arqueológico de Puyo:

Excelente para obtener una idea global de lo que la provincia de Pastaza puede ofrecer a nivel cultural, antropológico, arqueológico y faunístico. Entre sus piezas más notables se encuentran, las vasijas funerarias hechas con barro amazónico, las piezas de piedra y herramientas manuales usadas por los aborígenes de Pastaza.

- Parque Real – Exhibición de aves exóticas:

Una colección de algunas de las aves más bellas del mundo.

Entre las especies más destacadas se encuentran: los faisanes del Asia, avestruces, pavos reales, el ave unicornio así como más de 25 tipos de gallinas de todo el mundo, entre otras. (Proyecto independiente de turismo en Pastaza, 2010)

Si de atractivos turísticos se trata, la ciudad de Puyo tiene una oferta muy diversificada permite al turista elegir de una gran variedad de opciones, esta es una de las mayores fortalezas para el proyecto propuesto.

1.3 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA

1.3.1 Situación actual del alojamiento tipo hostería en el cantón Pastaza

Tomando como base el catastro del año 2014 del ministerio de turismo se evidencia la existencia de 12 hosterías en el cantón Pastaza, de las cuales una es de primera categoría, siete de segunda y cuatro de tercera categoría con

una capacidad total de 211 habitaciones con 604 plazas, la tarifa promedio de alojamiento en una Hostería es de \$35,00. (Ministerio de Turismo, 2014)

La inversión privada en alojamiento en su gran parte corresponde a una categoría de hostales y hostales residencia que son inversiones pequeñas con mayor posibilidad de recuperación, por otra parte la formación académica de los propietarios corresponde en una mayoría en un bachillerato técnico y en una minoría en un tercer nivel en carreras afines, lo que es un limitante para colocar en el mercado una oferta apropiada en alojamiento y por lo tanto un manejo administrativo y financiero adecuado. La mayor parte de las inversiones fueron financiadas por la banca estatal. Las potencialidades turísticas de la provincia permiten tener esta oferta hotelera vigente.

1.3.2 Crecimiento de la oferta hotelera tipo hostería en Pastaza

Una vez revisada la información existente en los catastros históricos del MINTUR del año 2009 al año 2014 se puede determinar que el porcentaje de crecimiento en lo correspondiente a la oferta de habitaciones fue de un 19% y el número de plazas con un incremento del 35%.

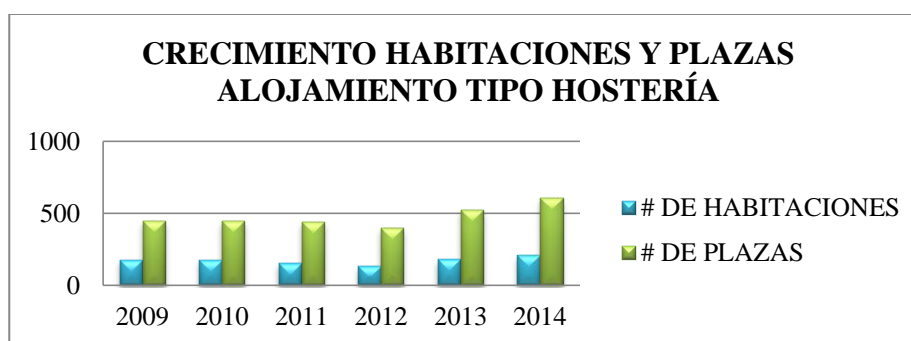
**Tabla 2. TASA DE CRECIMIENTO HABITACIONES Y PLAZAS
(2009-2014)**

HOSTERÍAS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TASA DE CRECIMIENTO (2009-2014)
# DE HABITACIONES	177	177	153	138	179	211	19%
# DE PLAZAS	448	448	438	396	522	604	35%

Fuente: CATASTROS-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

**Gráfico 15. CRECIMIENTO DE NÚMERO DE HABITACIONES Y
PLAZAS (2009-2014)**



Fuente: CATASTROS-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

De la oferta hotelera actual tipo hostería en el cantón Pastaza se cuenta con 12 hosterías instaladas al año 2014, un 8% es de primera categoría, el 58% es de segunda y el 33% de tercera categoría. Ver Tabla 3.

Tabla 3. TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS Y CATEGORIZACIÓN

HOSTERÍAS EN PASTAZA				
CATASTRO MINTUR				
AÑO	# TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS	1ERA	2DA	3ERA
2009	9	1	7	1
2010	9	1	7	1
2011	9	1	6	2
2012	7	0	6	1
2013	8	0	7	1
2014	12	1	7	4
	100%	8%	58%	33%

Fuente: CATASTROS-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

Se determina que los empleos directos generados por esta actividad benefician a 63 personas para el año 2014, además se debe considerar los empleos eventuales o de temporada que permiten la atención oportuna a los turistas. Sin embargo comparando los datos del 2009 al presente año hay un decrecimiento del -29% de empleados de hosterías. (Ministerio de Turismo, 2014)

Los medios digitales de difusión de los servicios de alojamiento tipo hostería son las páginas web, redes sociales y correo electrónico.

1.3.3 FODA de Alojamiento en Pastaza

Tabla 4. FODA

<p><u>FORTALEZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura hotelera diversificada - Gremio cuenta con gran apoyo del sector y tiene una sólida organización - Escenario provincial lleno de encantos naturales - Excelentes vías de acceso - Políticas hoteleras para la conservación del medio ambiente - Uso de tecnología para el manejo de la publicidad de los hoteles 	<p><u>OPORTUNIDADES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La implementación de la nueva matriz productiva - Expectativa de incremento de turistas con la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR - Implementación de nuevos proyectos estatales para turismo - Asentamiento de compañías petroleras en la provincia de Pastaza.
<p><u>DEBILIDADES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Escasa formación académica de los prestadores de servicios hoteleros. - Falta de recurso económicos para mejorar la promoción de la oferta hotelera. - Escaso mantenimiento de la infraestructura - Escasa inversión para la mejora de categoría. 	<p><u>AMENAZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad económica del Estado Ecuatoriano - Falta de una Cultura turística de los ecuatorianos. - Reducción del turismo en la provincia por falta de promoción.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María José Páez

1.3.3.1 Cruce estratégico: FA-FO-DO-DA.

Cruce estratégico FA:

F: Política hotelera para la conservación del medio ambiente

A: Reducción del turismo en la provincia por falta de promoción.

FA: incrementar el turismo con adecuadas campañas publicitarias en las que prevalezca la conservación del medio ambiente.

Cruce estratégico FO:

F: Infraestructura hotelera diversificada

O: Expectativa de incremento de turistas con la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR

FO: la infraestructura hotelera diversificada brinda servicios especializados para los turistas.

Cruce estratégico DO:

D: Escaso mantenimiento de la infraestructura

O: Implementación de nuevos proyectos estatales para turismo

DO: la implementación de nuevos proyectos estatales para turismo permitirá un mejor financiamiento para el mantenimiento de la infraestructura hotelera.

D: Escasa inversión para la mejora de categoría.

O: Asentamiento de compañías petroleras en la provincia de Pastaza.

DO: El asentamiento de compañías petroleras en la provincia de Pastaza impulsará a los proveedores de alojamiento mayor inversión para la mejora de categoría.

D: Escasa formación académica de los prestadores de servicios hoteleros

O: Implementación de nuevos proyectos estatales para turismo

DO: Las capacitaciones estatales en turismo permitirán una mejor formación académica de los prestadores de servicios hoteleros.

Cruce estratégico DA:

D: Falta de recurso económicos para mejorar la promoción de la oferta hotelera.

A: Reducción del turismo en la provincia por falta de promoción.

DA: En la formulación de estrategias se considerará la promoción hotelera como prioridad.

1.4 CONCLUSIONES GENERALES DE DIAGNÓSTICO DEL ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA.

De acuerdo al análisis de la información primaria de fuente MINTUR se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Al año 2014 existen 12 hosterías con 211 habitaciones y 604 plazas, lo que corresponde a un crecimiento del 19% de habitaciones y un 35% de plazas comparando los datos del año 2009 al año 2014. Expresándose de manera clara la posibilidad de la implementación de una hostería en vista de este notable crecimiento.
- La oferta actual de la hostería en primera categoría es mínima, apenas el 8% lo que posibilita la implantación de una hostería de similares características.
- La implementación de la hostería incrementará los empleos directos que a la fecha son 63, de acuerdo a los datos promedio el aporte de la hostería sería de mínimo 4 empleos directos.

- Todas las hosterías se promocionan en medios digitales (solo página web) lo que contribuye a su crecimiento en porcentajes mínimos ya que no realizan inversiones en otras líneas de acción en promoción.
- La provincia es un escenario turísticamente potencial, con implementación de una oferta diversificada y con un gremio que le representa como es la AHOTEP.
- La formación académica de las personas que laboran en el sector hotelero no corresponde al perfil mínimo requerido.
- Se evidencia una escasa inversión en infraestructura como en su mantenimiento de las mismas, esto denota la necesidad de contar con un nuevo establecimiento que cumpla con estas condiciones.
- De acuerdo a la política estatal de generar nuevas inversiones en el fomento productivo específicamente en turismo se considera que es factible la implementación de la hostería.

- Al contar con vías de acceso en buenas condiciones permitirá el desplazamiento seguro hasta el establecimiento de alojamiento.
- La exploración y explotación petrolera es una oportunidad de negocios para las Hosterías puesto que los servicios que brindan son requeridos por estas empresas.
- Para concluir el tema con la cultura turística se requiere concienciar al viajero turista con énfasis en la cultura de la reserva en el servicio de alojamiento.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal de un proyecto de factibilidad o de inversión. Indica si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea el cliente y servirá para orientar las características que el negocio debe tener.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 Objetivo General

Diseñar un estudio para conocer la factibilidad de implementar una Hostería en el centro de la ciudad de Puyo.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Definir el segmento meta.
- Analizar las características y el comportamiento del consumidor.
- Definir los aspectos que más valora un cliente con respecto a los servicios de una Hostería.
- Establecer la demanda real y futura.
- Conocer la demanda insatisfecha para desarrollar el estudio técnico.
- Identificar a la competencia directa que tendrá el proyecto.
- Establecer el rango de precios para la prestación del servicio.

2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Tabla 5. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1ra variable:	GEOGRÁFICA
---------------	------------

PAÍS	<i>ECUADOR</i> <i>OTROS PAÍSES</i>
-------------	---------------------------------------

RESULTADO DE LA PRIMERA SEGMENTACIÓN:

2ra variable:	DEMOGRÁFICA
---------------	-------------

GÉNERO:	<i>FEMENINO Y MASCULINO</i>
EDAD:	<i>DE 18 AÑOS EN ADELANTE</i>
ESTADO CIVIL:	<i>IRRELEVANTE</i>
SITUACION LABORAL:	<i>POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA</i>
RAZA:	<i>IRRELEVANTE</i>
RELIGIÓN:	<i>IRRELEVANTE</i>
NIVEL DE INGRESOS:	<i>MAYOR AL SALARIO BÁSICO</i>

3ra variable:	CONDUCTUAL O PSICOGRÁFICA
---------------	---------------------------

MOTIVACIONES	<i>VISITAN LA PROVINCIA DE PASTAZA</i> <i>Vacaciones, recreo, ocio (Turismo)</i>
	<i>Educación y formación</i>
	<i>Religión y peregrinaciones</i>
	<i>Negocios o motivos profesionales</i>
	<i>Salud y atención médica</i>
	<i>Otros</i>

SEGMENTO META

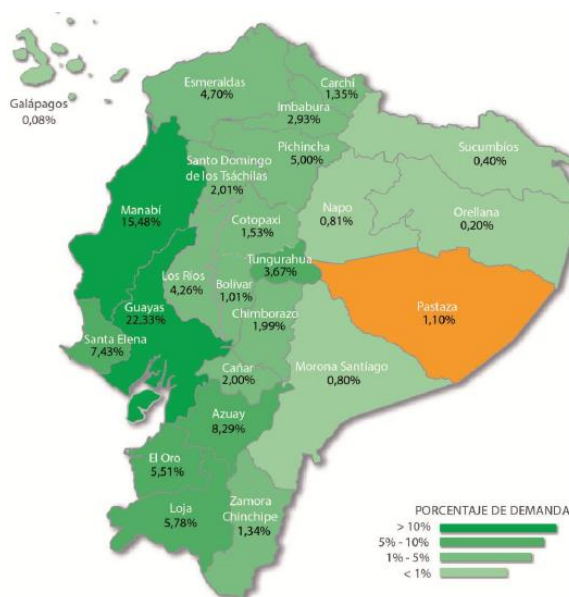
Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

Según datos oficiales del MINISTERIO DE TURISMO se obtuvo la siguiente información para la Provincia de Pastaza, correspondiente al año 2012.

2.2.1 Turismo interno 2012

Gráfico 16. VIAJES A PROVINCIAS DEL ECUADOR 2012

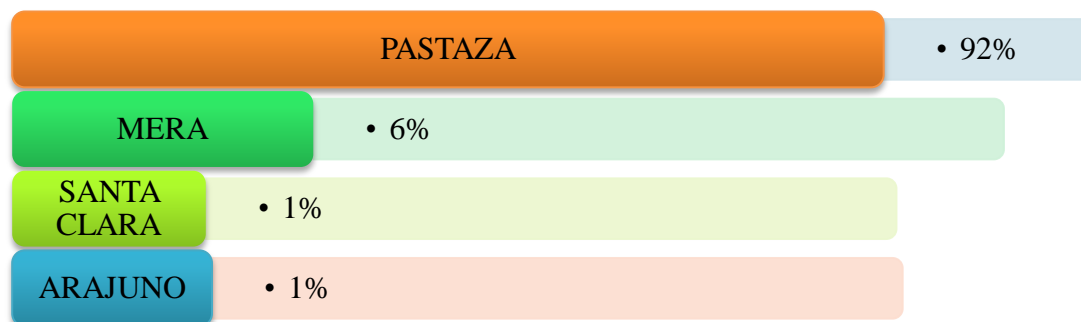


Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística

En el Informe presentado por el MINTUR para el año 2012 el 1,10% de viajes del turismo interno se realiza a la provincia de Pastaza, un 92% de personas visita el cantón Pastaza cuya parroquia es Puyo. Ver Gráfico 17.

Gráfico 17. DESTINOS VISITADOS PROVINCIA DE PASTAZA – POR CANTÓN



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO
Elaborado por: María José Páez

Los viajes de la población residente en el Ecuador con destino a la provincia de Pastaza equivalen al 15,48% de la totalidad de viajes realizados durante el periodo del estudio. Esto corresponde a 25.128 de viajes realizados durante los meses de octubre a diciembre 2012 (todas las motivaciones). (MINISTERIO DE TURISMO, 2012)

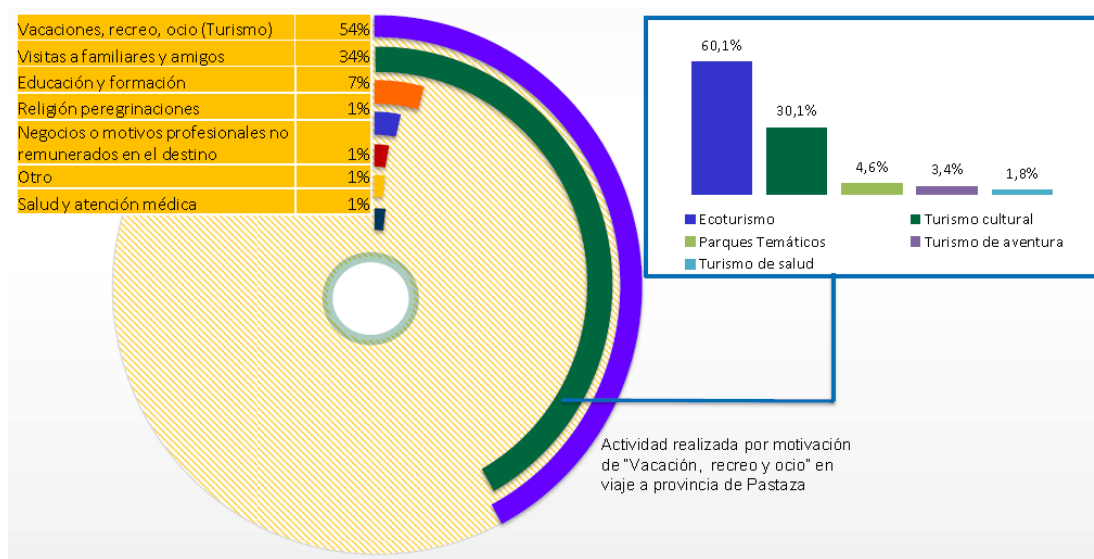
Gráfico 18. PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE PUYO– MESES OCTUBRE A DICIEMBRE - 2012



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO
Elaborado por: María José Páez

De los 25.128 de viajes por persona realizados durante los meses de octubre a diciembre 2012, un 92% corresponde a las personas que visitan el Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, obteniendo un total igual a 23.118 personas.

Gráfico 19. TURISMO INTERNO: MOTIVACIÓN DE VIAJE A PROVINCIA DE PASTAZA



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística

En el gráfico 19 se puede observar todas las motivaciones de viaje a la provincia de Pastaza, a continuación se determina la población de turismo interno.

2.2.1.1 Población turismo interno

**Gráfico 20. PERSONAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE PUYO
(OCTUBRE A DICIEMBRE – 2012)**



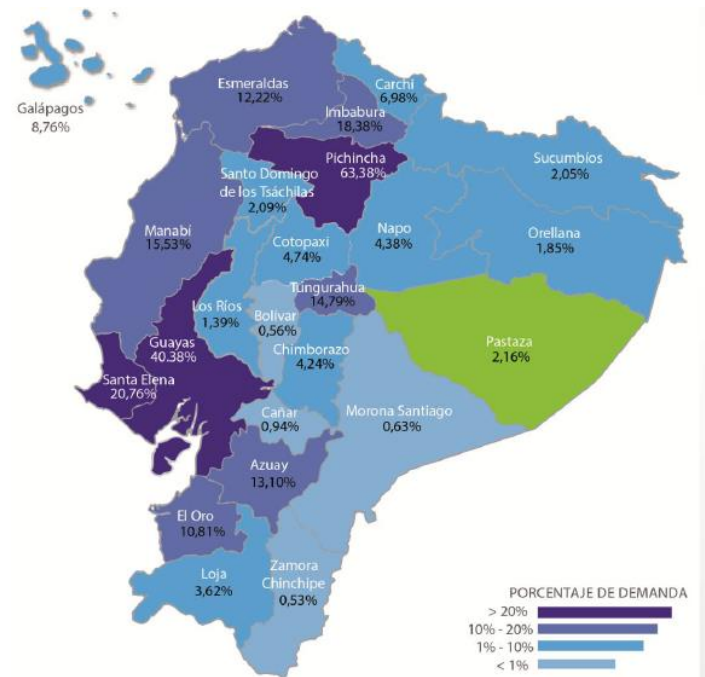
Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

De las 23.118 personas que visitan el cantón Pastaza se procedió a restar el 34% que corresponde a la motivación de visita a familiares y amigos que en este caso no usa servicios de alojamiento en la mayoría de los casos. El estudio del Ministerio de Turismo fue realizado durante los meses de octubre a diciembre de 2012, es decir durante 3 meses. Del universo de 15.258 personas obtenido tenemos una población promedio de 5.086 turistas al mes.

2.2.2 Turismo receptor 2012

**Gráfico 21. CONCENTRACIÓN DE DEMANDA POR PROVINCIAS
TURISMO RECEPTOR 2012 - EXTRANJEROS**

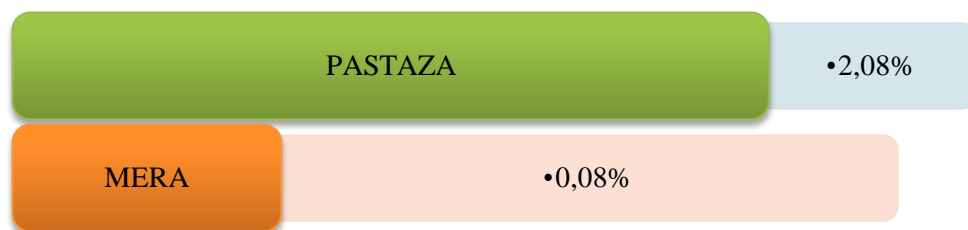


Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística

En el Informe presentado por el MINTUR para el año 2012 el 2,16% de viajes del turismo receptor (extranjeros) se realiza a la provincia de Pastaza, un 2,08% de personas visita el cantón Pastaza cuya parroquia es Puyo. Ver Gráfico 22.

Gráfico 22. DESTINOS VISITADOS PROVINCIA DE PASTAZA – POR CANTÓN



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

El 2,16% equivale en el año 2012 a 27.518 extranjeros que visitan la provincia de Pastaza (todas las motivaciones). El 2,08% visita el cantón Pastaza y el 0,08% visita el cantón Mera. (MINISTERIO DE TURISMO, 2012)

Gráfico 23. PERSONAS QUE VISITAN EL CANTÓN PASTAZA CIUDAD PUYO–AÑO 2012

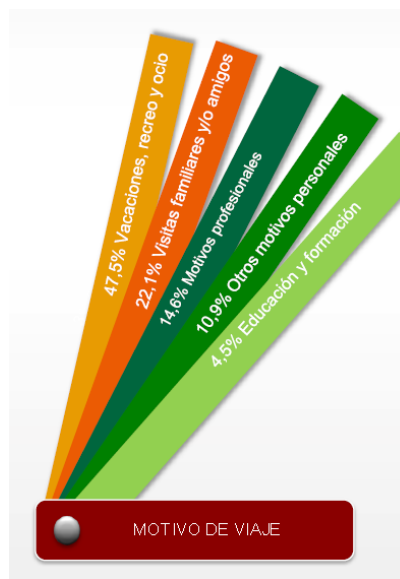


Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

De los 27.518 extranjeros (2,16%) que visitan la provincia de Pastaza, el 2,08% corresponde a las visitas al cantón Pastaza, parroquia Puyo, con un total de 26.499 personas.

Gráfico 24. TURISMO INTERNO: MOTIVACIÓN DE VIAJE A PROVINCIA DE PASTAZA

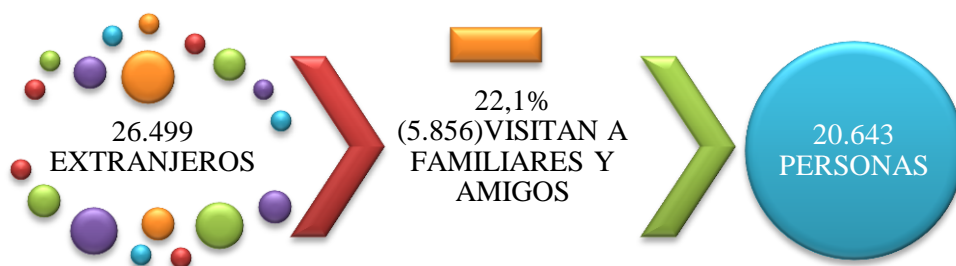


Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística

2.2.2.1 Población turismo receptor

**Gráfico 25. PERSONAS QUE VISITAN EL CANTÓN
PASTAZA CIUDAD PUYO – AÑO 2012**



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

De los 26.499 extranjeros que visitan Puyo, se procedió a restar el 22,1% cuya motivación es visitar a familiares y amigos y así se obtuvo una población de 20.643 turistas. El estudio del Ministerio de Turismo fue realizado durante el año 2012, del universo de 20.643 turistas extranjeros tenemos una población promedio de 1.720 turistas al mes.

Es importante mencionar que este dato es aproximado y se debe tomar en cuenta que hay meses en los que se tiene mayor cantidad de turistas en la ciudad de Puyo por ejemplo en carnaval, fin de año, feriados, fiestas de la ciudad, mes del turismo entre otros.

2.2.3 Tipo de muestreo

Con el objeto de recoger los gustos y preferencias de los potenciales clientes de una hostería, se utilizó el tipo de muestreo no probabilístico y de este tipo de muestreo se seleccionó el muestreo por conveniencia ya que se ajusta al proyecto en investigación.

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. (Sampieri, Carlos, & Baptista, 2010)

La variable que determinó el muestreo no probabilístico fue que se tomó en cuenta a personas que realizan viajes de turismo y usan servicios de alojamiento en la ciudad de Puyo.

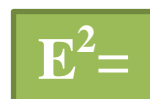
2.2.4 Cálculo de la muestra

Mediante la aplicación de la encuesta piloto a 100 personas con la pregunta: ¿En los últimos 3 años, ha realizado algún viaje de turismo en donde haya utilizado los servicios de alojamiento de algún establecimiento privado? Se obtuvo los siguientes resultados; 79 personas respondieron afirmativamente y 21 personas dijeron que no, entonces la probabilidad de ocurrencia aplicada en la investigación es igual a $P=79\%$.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$



Tamaño del grupo objetivo, en este caso es el número de personas que visitan la ciudad de Puyo. Como el estudio se realizó durante el mes de septiembre se consideró ingreso mensual promedio de personas que visitan la ciudad como población. El dato con el que se trabajó es el de 5.086 personas (turismo interno) y 1.720 personas (turismo receptivo-extranjero); con una población total igual a: 6.806 personas al mes.



Es el nivel de precisión de la muestra. En este caso se maneja un nivel del 5%.

$$Z^2 =$$

1,96² (con una seguridad del 95%). Este es un importante nivel de seguridad que le da validez a los resultados y es uno de los más utilizados.

$$q =$$

1-p (en este caso 1-0,79= 21%)

$$p =$$

Proporción esperada (en este caso 0,79=79%)

$$n = \frac{1,96^2 \times 79 \times 21 \times 5.086}{5^2(6.806 - 1) + 1,96^2 \times 79 \times 21}$$

$$n = 246$$

Distribución de la muestra de acuerdo al turismo interno y receptivo:

246	184	62
Ecuatorianos		Extranjeros

Se procedió a aplicar 246 encuestas en total, 184 encuestas al turismo interno es decir personas que viven en el Ecuador y 62 encuestas a extranjeros, quienes estaban haciendo turismo y otras actividades en Puyo.

2.2.5 Encuesta

2.2.5.1 Tabulación de datos de Fuentes Primarias

Para el análisis de los datos se utilizó el SPSS que es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado.

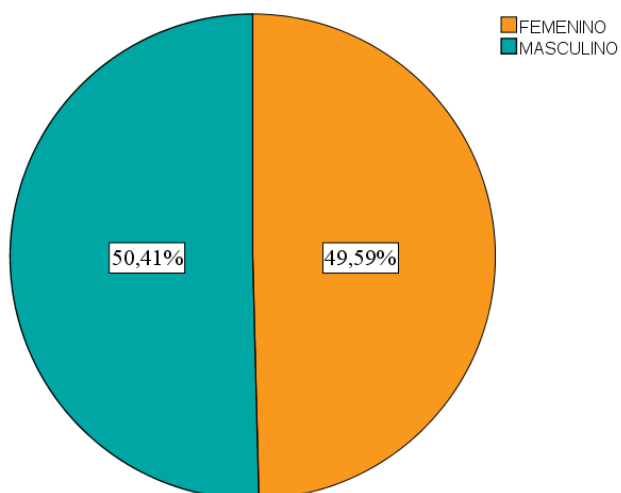
ENCUESTA

1. Género

Tabla 6. TABLA DE FRECUENCIAS GÉNERO –PREGUNTA 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	122	49,6	49,6	49,6
	MASCULINO	124	50,4	50,4	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 26. GÉNERO – PREGUNTA 1



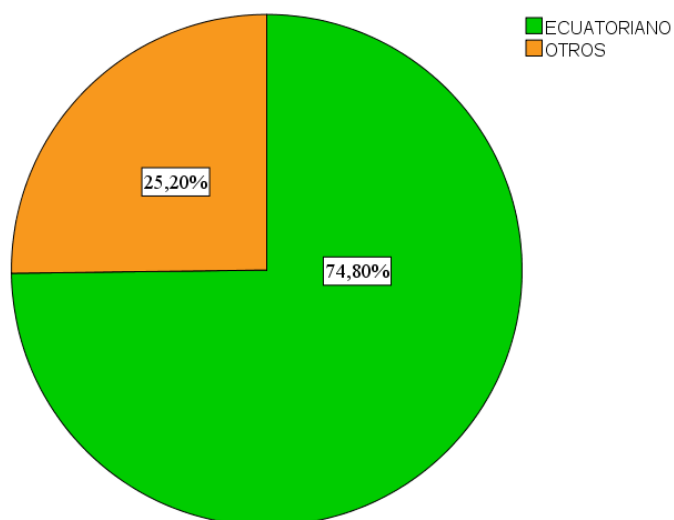
El 49,59% de las personas encuestadas corresponde al sexo femenino y el 50,41% corresponde al sexo masculino.

2. Nacionalidad

Tabla 7. TABLA DE FRECUENCIAS NACIONALIDAD –PREGUNTA 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ECUATORIANO	184	74,8	74,8	74,8
OTROS	62	25,2	25,2	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 27. CIRCULAR NACIONALIDAD – PREGUNTA 2



El 74,80% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, turismo interno y el 25,20% son de nacionalidad extranjera y corresponden al turismo receptivo.

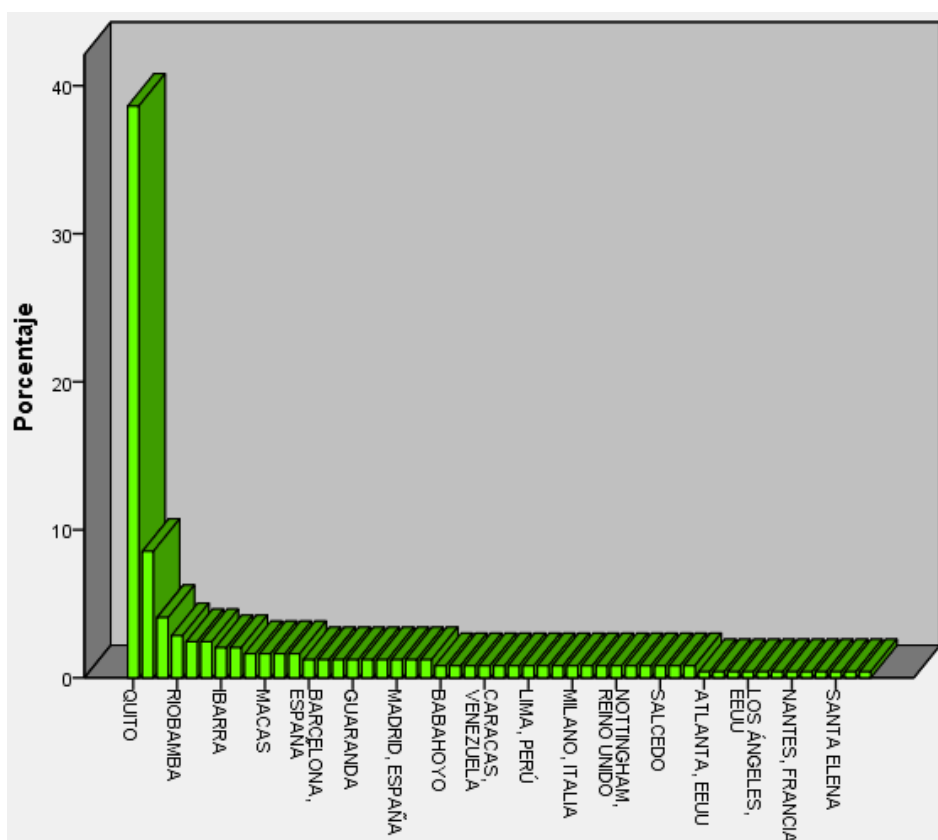
3. Ciudad

Tabla 8. TABLA DE FRECUENCIAS CIUDAD - PREGUNTA 3-A

Ciudad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	QUITO	95	38,6	38,6	38,6
	AMBATO	21	8,5	8,5	47,2
	CUENCA	10	4,1	4,1	51,2
	RIOBAMBA	7	2,8	2,8	54,1
	GUAYAQUIL	6	2,4	2,4	56,5
	LOJA	6	2,4	2,4	58,9
	IBARRA	5	2,0	2,0	61,0
	PARIS, FRANCIA	5	2,0	2,0	63,0
	BUENOS AIRES, ARGENTINA	4	1,6	1,6	64,6
	MACAS	4	1,6	1,6	66,3
	MÉXICO DF	4	1,6	1,6	67,9
	TENA	4	1,6	1,6	69,5
	BARCELONA, ESPAÑA	3	1,2	1,2	70,7
	BLOIS, FRANCIA	3	1,2	1,2	72,0
	BOGOTA, COLOMBIA	3	1,2	1,2	73,2
	GUARANDA	3	1,2	1,2	74,4
	LATACUNGA	3	1,2	1,2	75,6
	MACHALA	3	1,2	1,2	76,8
	MADRID, ESPAÑA	3	1,2	1,2	78,0
	MIAMI, EEUU	3	1,2	1,2	79,3
	SANTO DOMINGO	3	1,2	1,2	80,5
	BABAHOYO	2	,8	,8	81,3
	BAÑOS	2	,8	,8	82,1
	BUCAY	2	,8	,8	82,9
	CARACAS, VENEZUELA	2	,8	,8	83,7
	ESTOCOLMO, SUECIA	2	,8	,8	84,6
	LAGO AGRIO	2	,8	,8	85,4
	LIMA, PERÚ	2	,8	,8	86,2

Tabla 9. TABLA DE FRECUENCIAS CIUDAD - PREGUNTA 3-B

LONDRES, REINO UNIDO	2	,8	,8	87,0
MEDELLÍN, COLOMBIA	2	,8	,8	87,8
MILANO, ITALIA	2	,8	,8	88,6
MONAGHAN, IRLANDA	2	,8	,8	89,4
MONTEVIDEO, URUGUAY	2	,8	,8	90,2
NOTTINGHAM, REINO UNIDO	2	,8	,8	91,1
ORELLANA	2	,8	,8	91,9
OSLO, NORUEGA	2	,8	,8	92,7
SALCEDO	2	,8	,8	93,5
SANTIAGO, CHILE	2	,8	,8	94,3
TORONTO, CANADA	2	,8	,8	95,1
ATLANTA, EEUU	1	,4	,4	95,5
BERLÍN, ALEMANIA	1	,4	,4	95,9
JUNEAU, ALASKA	1	,4	,4	96,3
LOS ÁNGELES, EEUU	1	,4	,4	96,7
LUXEMBURGO, LUXEMBURGO	1	,4	,4	97,2
MIAMI,EEUU	1	,4	,4	97,6
NANTES, FRANCIA	1	,4	,4	98,0
PENNSYLVANIA, EEUU	1	,4	,4	98,4
PORTO VIEJO	1	,4	,4	98,8
SANTA ELENA	1	,4	,4	99,2
SATIAGO, CHILE	1	,4	,4	99,6
TOURS, FRANCIA	1	,4	,4	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 28. BARRAS CIUDAD – PREGUNTA 3

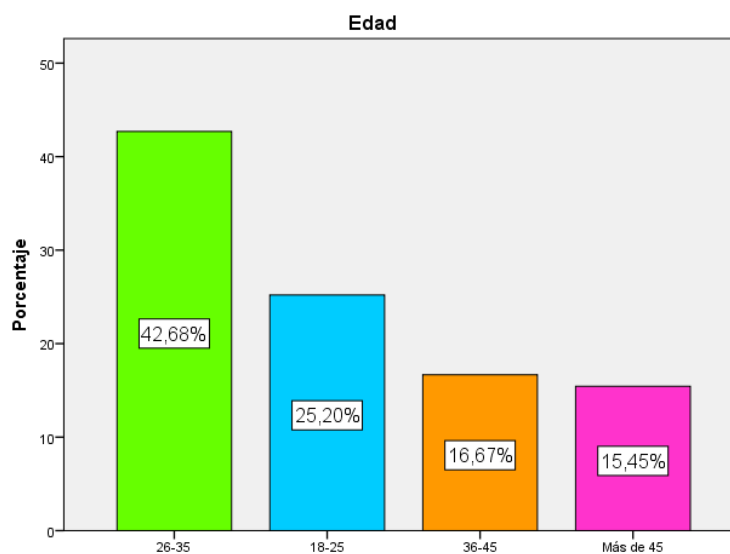
Las frecuencias más altas entre los encuestados corresponden a las siguientes ciudades: el 38,6% a la ciudad de Quito, el 8,5% Ambato, el 4,1% Cuenca, el 2,8% Riobamba y el 2,4% tanto de Guayaquil como de Loja. Con respecto al exterior la mayor visita de turistas corresponde a España.

4. Edad

Tabla 10. TABLA DE FRECUENCIAS EDAD – PREGUNTA 4

Edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-35	105	42,7	42,7	42,7
	18-25	62	25,2	25,2	67,9
	36-45	41	16,7	16,7	84,6
	Más de 45	38	15,4	15,4	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 29. BARRAS EDAD –PREGUNTA 4



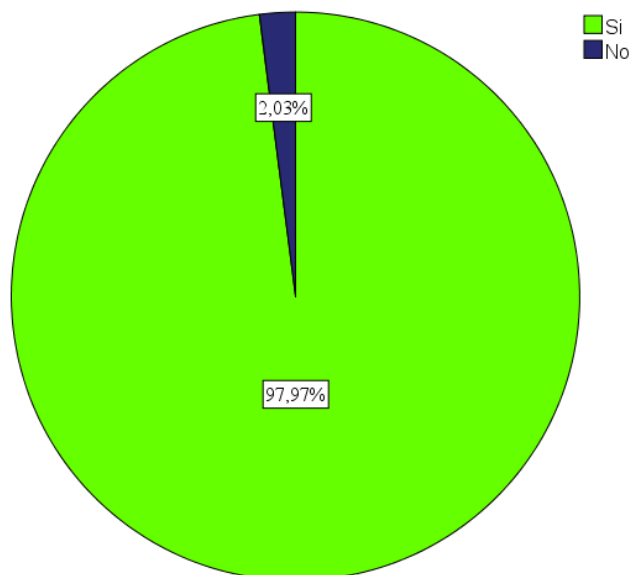
El 42,68% de los encuestados están dentro de un rango de edades entre 26-35 años, el 25,20% entre 18-25 años, el 16,67% tienen de 36-45 años y el 15,45% tienen más de 45 años.

5. ¿En sus días libres le gusta viajar?

Tabla 11.TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	241	98,0	98,0	98,0
No	5	2,0	2,0	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 30. CIRCULAR – PREGUNTA 5



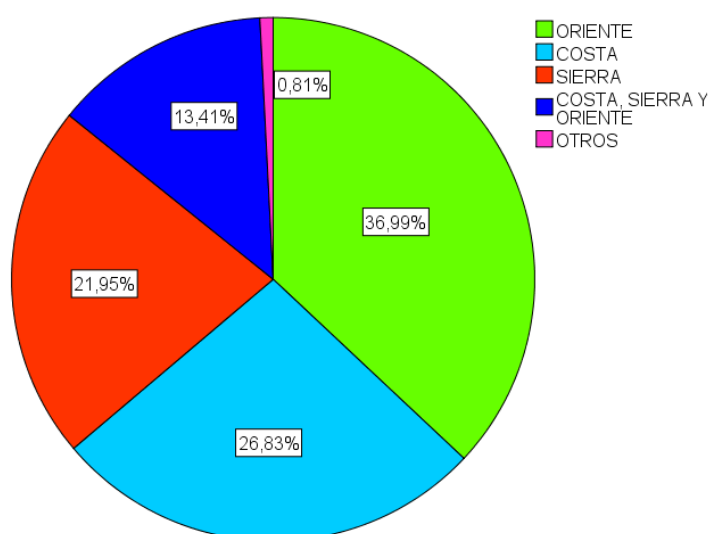
El 97,97% de los encuestados respondieron afirmativamente, es decir si les gusta viajar en sus días libres; mientras que apenas a un 2,03% no le gusta viajar, el cual es un porcentaje mínimo.

6. ¿A dónde suele viajar?

Tabla 12. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ORIENTE	91	37,0	37,0	37,0
	COSTA	66	26,8	26,8	63,8
	SIERRA	54	22,0	22,0	85,8
	COSTA, SIERRA Y ORIENTE	33	13,4	13,4	99,2
	OTROS	2	,8	,8	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 31. CIRCULAR – PREGUNTA 6



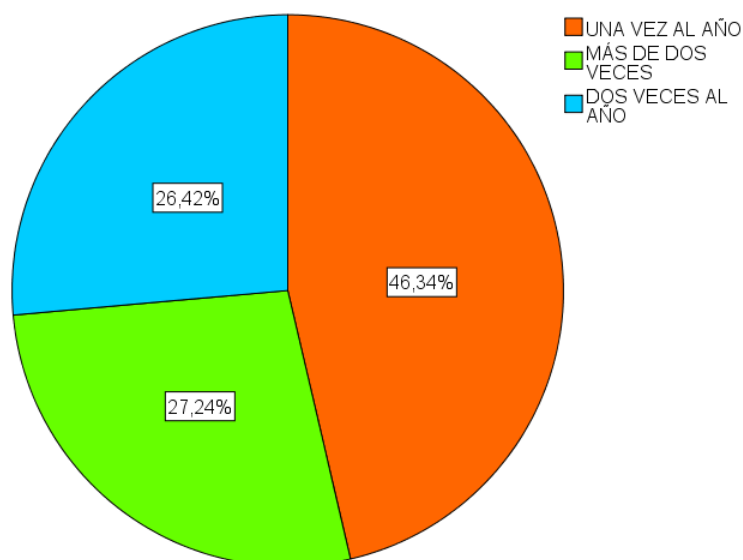
El 36,99% de los encuestados respondieron que el destino que más frecuentan para vacacionar es el Oriente, esto implica un punto positivo para el estudio, el 26,83% viaja a la Costa, el 21,95% viaja a la Sierra, un 13,41% viaja a la Costa, Sierra y Oriente y un 0,81% viaja a otros lugares, en este caso al extranjero.

7. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

Tabla 13. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido UNA VEZ AL AÑO	114	46,3	46,3	46,3
MÁS DE DOS VECES	67	27,2	27,2	73,6
DOS VECES AL AÑO	65	26,4	26,4	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 32. CIRCULAR – PREGUNTA 7



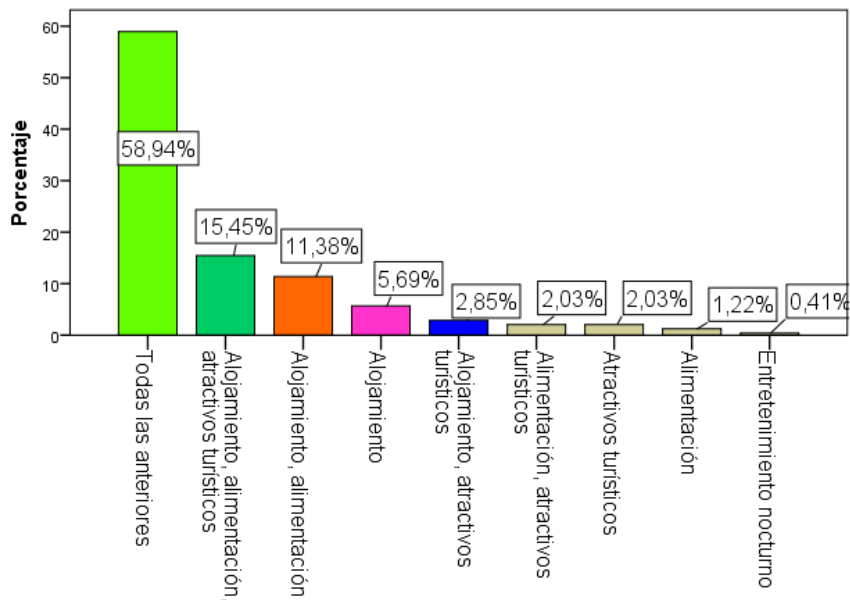
El 46,34% de los encuestados respondieron que visitan los lugares antes mencionados una vez al año, el 27,24% más de dos veces al año y el 26,42% dos veces al año. Se puede ver que las personas si tienen como alternativa a la Amazonía para pasar su tiempo libre.

8. Cuando viaja, ¿Qué servicios utiliza?

Tabla 14. TABLA DE FRECUENCIAS – PREGUNTA 8

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido				
Todas las anteriores	145	58,9	58,9	58,9
Alojamiento, alimentación, atractivos turísticos	38	15,4	15,4	74,4
Alojamiento, alimentación	28	11,4	11,4	85,8
Alojamiento	14	5,7	5,7	91,5
Alojamiento, atractivos turísticos	7	2,8	2,8	94,3
Alimentación, atractivos turísticos	5	2,0	2,0	96,3
Atractivos turísticos	5	2,0	2,0	98,4
Alimentación	3	1,2	1,2	99,6
Entretenimiento nocturno	1	,4	,4	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 33.BARRAS –PREGUNTA 8



Tomando en cuenta las mayores frecuencias se determina que el 58,94% de los encuestados utiliza: alojamiento, alimentación, atractivos turísticos y entretenimiento nocturno de la zona en estudio, el 15,45% utiliza alojamiento, alimentación y atractivos

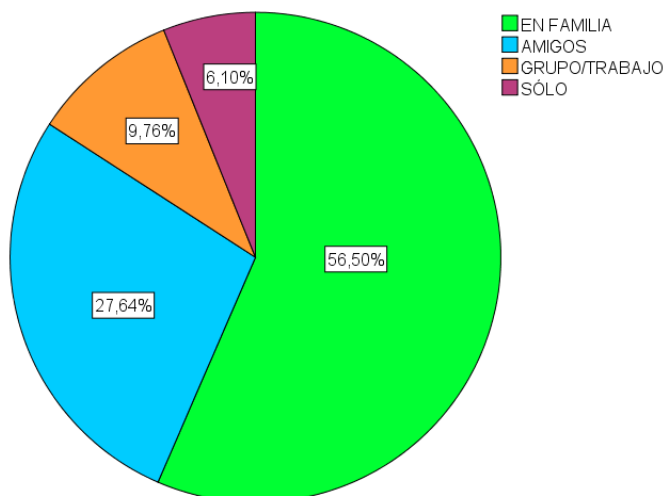
turísticos, el 11,38% utiliza alojamiento y alimentación, el 5,69% utiliza solo alojamiento y el 2,85% de los turistas utiliza alojamiento y atractivos turísticos.

9. ¿Cómo suele viajar? Escoja una opción.

Tabla 15. TABLA DE FRECUENCIAS –PREGUNTA 9

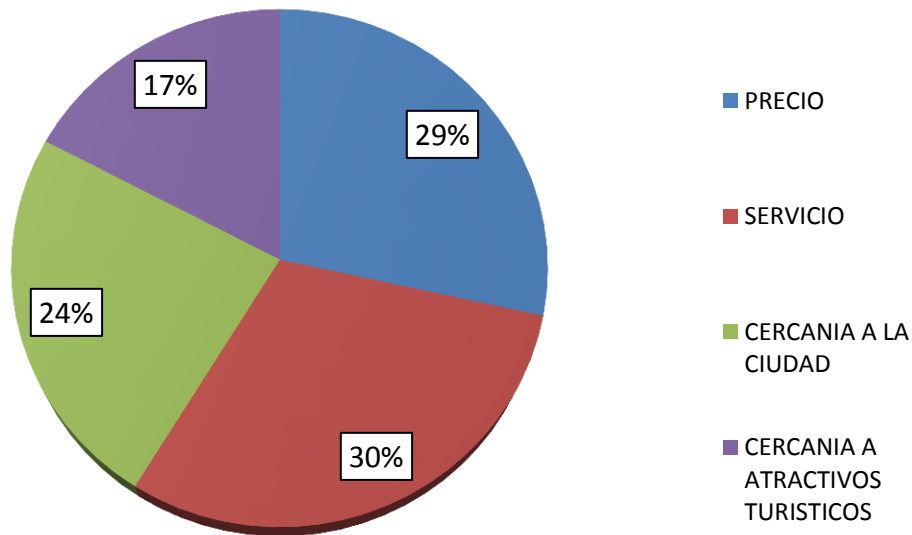
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN FAMILIA	139	56,5	56,5	56,5
	AMIGOS	68	27,6	27,6	84,1
	GRUPO/TRABAJO	24	9,8	9,8	93,9
	SÓLO	15	6,1	6,1	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 34.CIRCULAR – PREGUNTA 9



El mayor porcentaje, 56,50% de los encuestados viaja en familia mientras que un 27,64% de turistas viaja con sus amigos, el 9,76% viaja en grupo de trabajo y un 6,10% de turistas viajan solos.

10. Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. Donde 1= Menos importante, 4= Más importante.



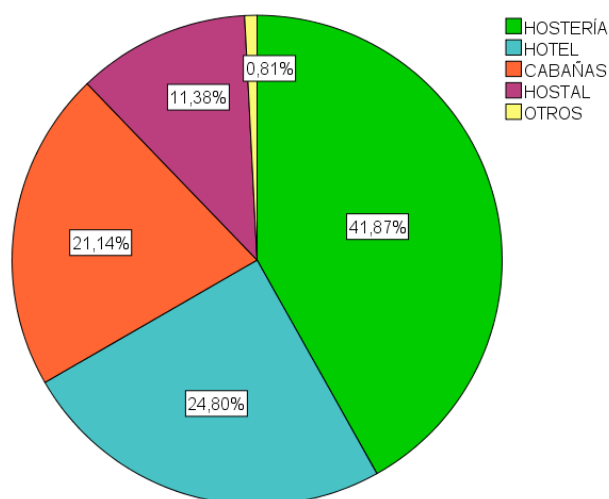
Del total de los encuestados, el 30% respondió que el factor más importante al momento de elegir un lugar para alojarse es el servicio, el 29% respondió que es el precio, seguido de un 24% que respondió la cercanía a la ciudad y por último un 17% la cercanía a los atractivos turísticos. El proyecto propuesto cumple con todos estos aspectos, es por eso que abarcaría todas las preferencias de los clientes a la hora de elegir donde alojarse, ya que el servicio de la hostería planteada será primera categoría, el precio lo más competitivo posible, su ubicación estaría dentro de la ciudad y muy cercano a los atractivos turísticos lo que aporta una gran ventaja al proyecto.

11. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta? Escoja una opción.

Tabla 16. TABLA DE FRECUENCIAS- PREGUNTA 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido HOSTERÍA	103	41,9	41,9	41,9
HOTEL	61	24,8	24,8	66,7
CABAÑAS	52	21,1	21,1	87,8
HOSTAL	28	11,4	11,4	99,2
OTROS	2	,8	,8	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 35. CIRCULAR – PREGUNTA 11



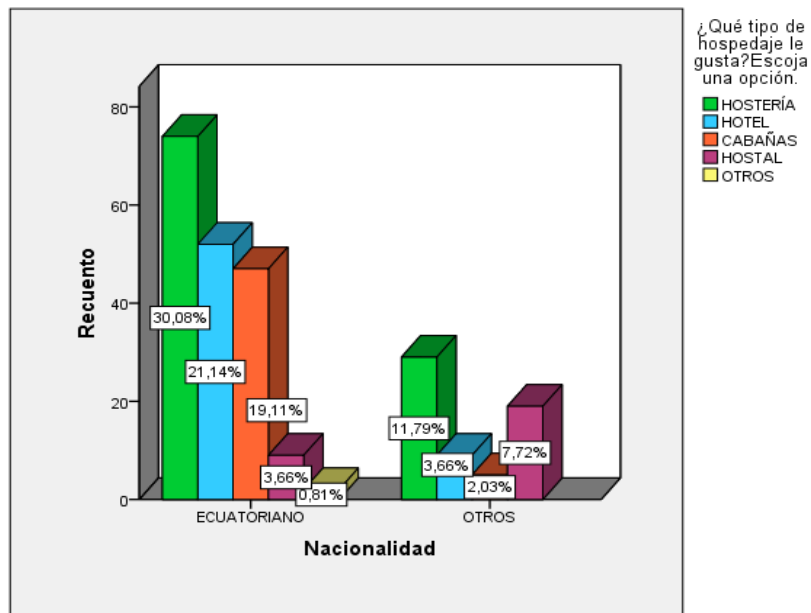
Los resultados obtenidos son positivos para la investigación ya que la mayor cantidad de personas prefiere hospedarse en Hosterías con un porcentaje de 41,87%, el 24,80% prefieren hoteles, el 21,14% prefieren cabañas (las que son muy parecidas a las hosterías), un 11,38% prefieren hostales y un 0,81% prefieren otro tipo de establecimientos.

Para ir un poco más allá se procedió a elaborar un tabla cruzada entre el tipo de nacionalidad: ecuatoriana u otras versus el tipo de alojamiento que prefiere con la finalidad de determinar cuáles son las preferencias tanto del turismo interno como del turismo receptivo.

Tabla 17. TABULACIÓN CRUZADA NACIONALIDAD VS TIPO DE HOSPEDAJE – PREGUNTA 11

		¿Qué tipo de hospedaje le gusta? Escoja una opción.					Total
		HOSTERÍA	HOSTAL	HOTEL	CABAÑAS	OTROS	
Nacionalidad	Ecuatoriano	74	9	52	47	2	184
	Otros	29	19	9	5	0	62
Total		103	28	61	52	2	246

Gráfico 36. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA – PREGUNTA 11



De esta manera se pudo determinar que el alojamiento de tipo hostería es el preferido tanto en ecuatorianos (30,08%) como en extranjeros (11,79%) que visitan la ciudad de Puyo, esto se debe a que la infraestructura de las hosterías es muy amigable con la

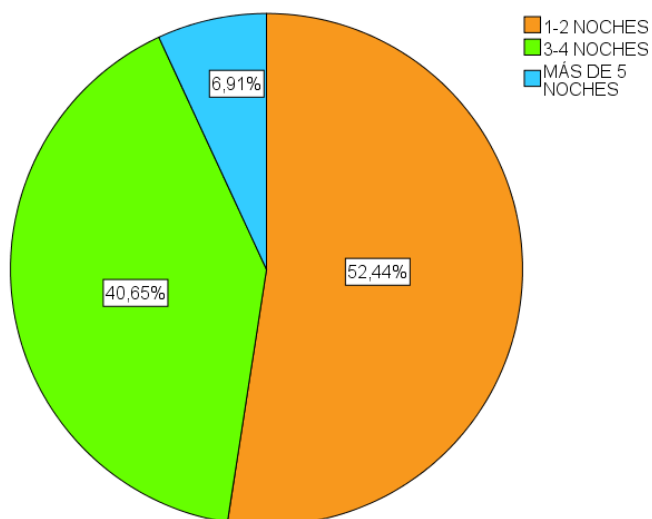
naturaleza, áreas verdes y actividades de recreación, cualidades del turista que visita la amazonia. En segundo lugar, los ecuatorianos tienen preferencia por los hoteles (21,14%), mientras que los extranjeros prefieren los hostales (7,72%).

12. ¿Cuántas noches se hospeda generalmente? Escoja una opción.

Tabla 18.TABLA DE FRECUENCIAS - PREGUNTA 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1-2 NOCHES	129	52,4	52,4	52,4
3-4 NOCHES	100	40,7	40,7	93,1
MÁS DE 5 NOCHES	17	6,9	6,9	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 37.CIRCULAR PREGUNTA 12



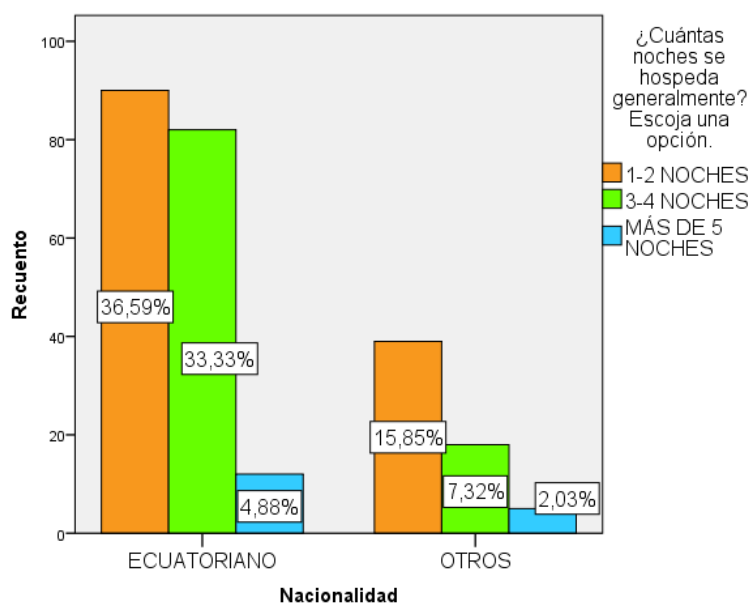
El 52,44% del total de los encuestados se hospeda de 1 a 2 noches generalmente, mientras que el 40,65% se hospeda de 3 a 4 noches y un 6,91% se hospeda más de 5 noches.

Para poder diferenciar las preferencias entre el turista nacional y el extranjero se procedió a realizar una tabulación cruzada entre las noches de hospedaje versus la nacionalidad.

Tabla 19. TABULACIÓN CRUZADA NOCHES DE HOSPEDAJE VS NACIONALIDAD –PREGUNTA 12

		¿Cuántas noches se hospeda generalmente? Escoja una opción.			Total
		1-2 NOCHES	3-4 NOCHES	MÁS DE 5 NOCHES	
Nacionalidad	Ecuatoriano	90	82	12	184
	Otros	39	18	5	62
Total		129	100	17	246

Gráfico 38. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA - PREGUNTA 12



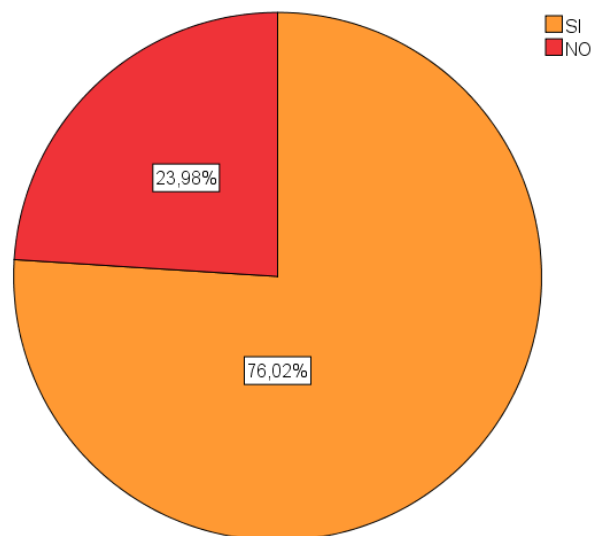
Se pudo determinar que el comportamiento tanto del turista nacional como el extranjero es similar ya que la mayoría se hospeda de 1 a 2 noches seguido de 3 a 4 noches y por último más de 5 noches.

13. ¿Ha visitado la ciudad de Puyo con anterioridad?

Tabla 20. FRECUENCIAS –PREGUNTA 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	187	76,0	76,0	76,0
NO	59	24,0	24,0	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 39.CIRCULAR – PREGUNTA 13



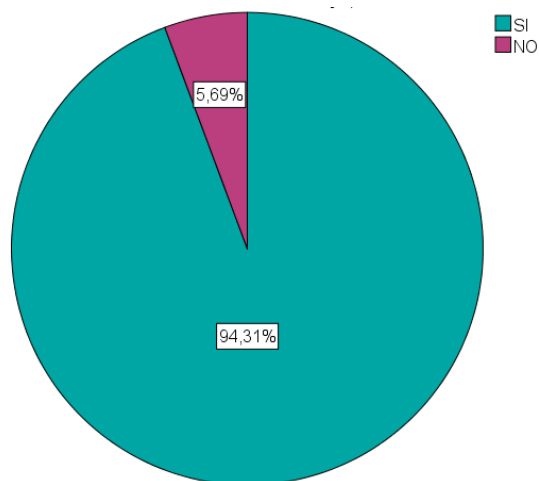
El 76,02% de los encuestados han visitado la ciudad de Puyo con anterioridad, mientras que para el 23,98% era la primera vez.

14. ¿Si le ofreciéramos los servicios de una nueva hostería ubicada en el centro de la ciudad de Puyo, la visitaría?

Tabla 21. FRECUENCIAS – PREGUNTA 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	232	94,3	94,3	94,3
NO	14	5,7	5,7	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 40. CIRCULAR – PREGUNTA 14



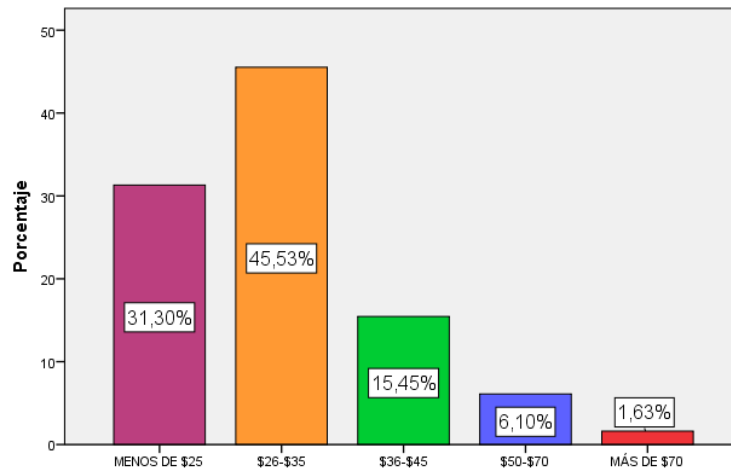
Esta pregunta es determinante para el estudio realizado, el 94,31% de los encuestados ha contestado afirmativamente, es decir que se está confirmando la idea que la implantación de este negocio si tendría acogida por los turistas que visitan la ciudad de Puyo.

15. ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por una noche de hospedaje por persona, en un lugar que cuente con los atributos deseados? Escoja una opción.

Tabla 22. FRECUENCIAS – PREGUNTA 15

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MENOS DE \$25	77	31,3	31,3	31,3
\$26-\$35	112	45,5	45,5	76,8
\$36-\$45	38	15,4	15,4	92,3
\$50-\$70	15	6,1	6,1	98,4
MÁS DE \$70	4	1,6	1,6	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Gráfico 41. BARRAS – PREGUNTA 15



Se pudo determinar que un 31,30% del total de los encuestados está dispuesto a pagar menos de \$25,00 dólares por una noche de hospedaje por persona en el lugar que cuente con los atributos deseados, el 45,53% está dispuesto a pagar de \$26 a \$35 dólares, el 15,45% de \$36 a \$45 dólares, el 6,10% de \$50 a \$70 y apenas el 1,63% más de \$70 dólares, lo que nos arroja resultados positivos debido a que el precio promedio

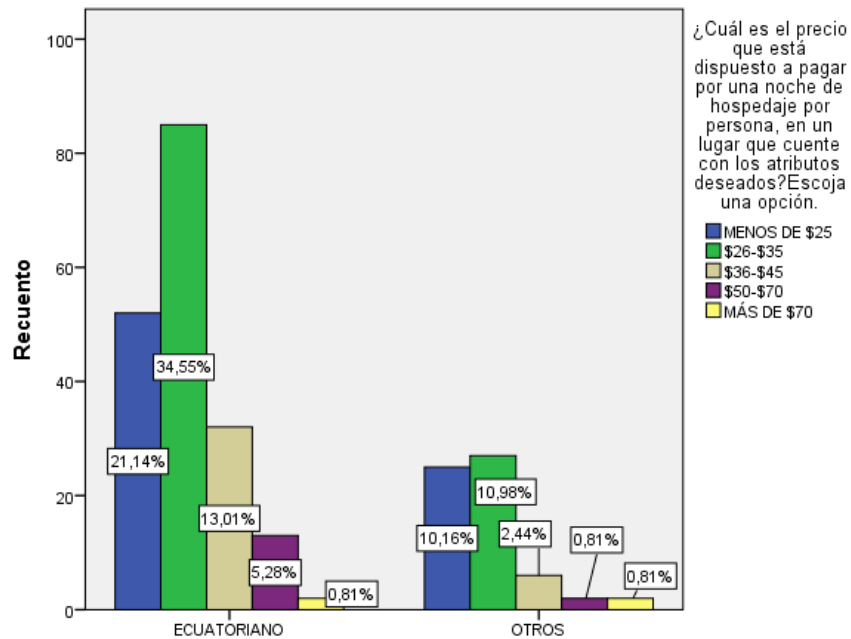
de una hostería en Pastaza se encuentra entre los \$35 y aproximadamente el 69% de los encuestados está dispuesto a pagar ese valor como mínimo. Con base a estos resultados es necesario realizar un análisis de costos más profundo para poder comprobar que estos son los precios que van a permitir cubrir los costos.

Para profundizar el análisis con respecto al precio se procedió a realizar una tabulación cruzada entre el precio versus la nacionalidad para determinar las diferencias entre los grupos analizados.

Tabla 23. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE PRECIO VS NACIONALIDAD - PREGUNTA 15

PREGUNTA 15		Nacionalidad		Total
		ECUATORIANO	OTROS	
¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por una noche de hospedaje por persona, en un lugar que cuente con los atributos deseados?	MENOS DE \$25	52	25	77
	\$26-\$35	85	27	112
	\$36-\$45	32	6	38
	\$50-\$70	13	2	15
	MÁS DE \$70	2	2	4
Total		184	62	246

Gráfico 42. BARRAS TABULACIÓN CRUZADA PRECIO VS NACIONALIDAD – PREGUNTA 15



Mediante la tabulación cruzada se puede observar claramente que el comportamiento es muy similar tanto en los encuestados de nacionalidad ecuatoriana como los de extranjera, con la diferencia de que gran parte del turismo receptivo está dispuesto a pagar menos de \$25 a diferencia del ecuatoriano que en su mayoría paga de \$26 a \$35; esto se debe a que el turista extranjero busca minimizar sus costos de hospedaje.

2.2.6 Entrevistas

Se procedió a realizar dos entrevistas a personajes de relevancia cuya influencia es decisiva en la comunidad. Las entrevistas fueron realizadas de

manera estructurada, las preguntas estaban preestablecidas y recogidas en un cuestionario.

2.2.6.1 Entrevista a Responsable del Ministerio de Turismo

Fotografía 1. ENTREVISTA A RESPONSABLE DEL MINISTERIO DE TURISMO



Fuente: María José Páez

Entrevistador: María José Páez

Entrevistada: Ing. Nelly Durán, Responsable de la oficina de Gestión y Promoción Turística del Ministerio de Turismo en Pastaza.

Fecha: 03 de octubre de 2014

Preguntas:

- ¿Cuál es la situación actual del sector hotelero en la ciudad de Puyo?

Aproximadamente se cuenta con 89 establecimientos dentro de los cuales apenas el 8% corresponde a hosterías dentro de la planta de servicios turísticos como son los hoteles, pensiones y hostales. La realidad del sector hotelero está basada en que la mayor parte de inversiones se las hizo con conocimientos empíricos por generar un servicio y tener una dinamización económica de su actividad, lo han creado y lo han formado a través de una organización familiar. Los proyectos se han realizado con préstamos del Banco de Fomento y la Corporación Financiera, lo que ha permitido la creación de pequeñas y micro empresas turísticas que se han levantado para una oferta de alojamiento.

- Crecimiento Hotelero en Pastaza

Históricamente para el año 2003 al 2005 hubo un boom en el crecimiento hotelero, eso nos ha permitido que al año 2010 ya tengamos en ese año alrededor de 75 establecimientos y a la fecha tenemos 89, entonces el crecimiento desde el 2003 al 2010

ha sido de un 8% al 12% en implementación de infraestructura de alojamiento.

- Estado actual de la Infraestructura Hotelera en Pastaza

La mayor parte de la infraestructura hotelera es de cuarta y tercera categoría, hay pocos establecimientos de segunda y escasamente una hostería de primera. Las nuevas inversiones han permitido que en poco tiempo se genere la primera hostería de primera categoría que está cumpliendo con estándares internacionales y la perspectiva es que los turistas que están viniendo de Europa, que visitan América del Sur y en especial la Amazonía del Ecuador, escojan alojamiento tipo Lodge, Resorts y Hosterías que les brinden comodidad, que sean más confortables y que tengan todos los servicios y adecuaciones.

- El perfil del turista nacional y extranjero que visita Puyo

Se puede comentar el resultado del estudio que hizo el observatorio de la Universidad Estatal Amazónica, también un estudio del Ecorae y uno del Ministerio de Turismo que ha tomado como referencia los feriados; establece al perfil del turista nacional como una persona que en su gran parte tiene una

edad promedio de 25 a 45 años, un grupo selectivo de 35 a 45 años quienes tienen mayores ingresos económicos, quienes son un mercado propicio para el gasto en alojamiento ya que sus ingresos económicos superan los \$1000 dólares, su formación académica es de tercero y cuarto nivel, son personas que por lo menos se quedan un día en la ciudad entonces, es a ese mercado nacional al que se debería apuntar para el tema de alojamiento.

El turista extranjero se hospeda un promedio de 2 a 3 días de hospedaje, siempre y cuando la oferta que se establece este direccionada a áreas protegidas y trabajo con turismo comunitario, en lo que se refiere a sus ingresos no se ha establecido una información básica pero si se conoce que el promedio de gastos diarios supera los \$100.

- ¿Cuál es la visión percibida de los extranjeros respecto de Puyo desde el punto de vista turístico?

Como destino biodiverso al contar con flora, cultura y las diferentes nacionalidades, este se transforma en un destino muy atractivo para potenciar su competitividad, sin embargo, refiere también a que necesitamos mejor calidad en el servicio y mejores instalaciones; por lo tanto, la demanda como la oferta que tiene Pastaza, se debe propiciar nuevas inversiones pero con

un crecimiento, una visión y misión de la empresa a futuro que tenga todos los estándares como son cumplimiento de la Norma INEN, Normas ISO; para que Pastaza se convierta en el destino favorito de los turistas.

- ¿Cómo se está promocionando actualmente a la Provincia de Pastaza?

Básicamente se está promocionando a nivel nacional e internacional con la campaña All You Need Is Ecuador, que es una campaña la cual motiva a visitar Ecuador, no específicamente una provincia ni una región, pero nuestra misión es potenciar la Ruta del Agua que tiene que ver con las 6 provincias amazónicas, además en los Andes la Ruta del Tren y el Spondylus que es en la costa; las tres regiones a promocionarse y anclarse a la promoción de Galápagos que es la que mayor visita tiene a nivel mundial. A nivel de gobiernos seccionales se están haciendo videos promocionales, materiales P.O.P, mapas. Pastaza tuvo su primera intervención internacional en la feria Mi Lindo Ecuador en Manhattan, , se espera poder participar en otras ferias internacionales pero para decir que Pastaza es un destino turístico nos hace falta mucho trabajo y

preparar material en otros idiomas como es el Alemán, el Francés y al Inglés.

En cuanto a la promoción son todavía aleatorias, insipientes y se requiere muchos recursos para hacer este tipo de promoción especializada y poder dirigirnos a un mercado específico. Se tienen datos de la preferencia de turistas sobre todo para Pastaza que son en su gran parte franceses, alemanes y estadounidenses.

- ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de la ciudad de Puyo?

Se tiene como referencia a la ASATUP que es la Asociación de Atractivos Turísticos, ahí está el registro de la mayor visitación como es el Refugio Yanacocha, la Finca Sarahí, la Casa del Árbol, el Paseo los Monos, Parque Real de Aves Exóticas, Jardín Botánico las Orquídeas, Dique de la Shell, Dique de Mera, Parque Acuático Morete Puyo, la mayor parte de visitas es de turismo nacional en feriados. Los extranjeros buscan estos sitios de rescate como La Tarqui, Yanacocha, el Parque Omaere que son escenarios que ya son especializados tanto para observar la flora y la fauna.

2.2.6.2 Entrevista a Presidenta de la Asociación de Hoteleros de Pastaza
(AHOTEP)

Entrevistador: María José Páez

Entrevistada: Sra. Maura Coloma, Presidenta de la Asociación de
Hoteleros de Pastaza

Fecha: 05 de octubre de 2014

Preguntas:

- ¿Cómo Presidenta de AHOTEP cuál es su apreciación de la industria Hotelera en Pastaza y cuáles son sus fortalezas y debilidades?

Pastaza recibió un empuje bastante grande a raíz de la apertura de la carretera o mejor dicho a raíz de que la carretera se pavimentó en su totalidad y la construcción de los túneles que hoy existen.

Hablemos alrededor del año 2005, a partir de ese momento la infraestructura hotelera tomó un gran empuje y podemos decir que fue cubriendo las necesidades del mercado hasta más o

menos 2010-2011, desde entonces hay un estancamiento e incluso yo opinaría una disminución de los turistas que visitan Pastaza, entonces la industria hotelera en Pastaza tiene una buena capacidad, bastante diversa en cuanto a las categorías, pero no hay la suficiente rentabilidad para cada uno de ellos, tener un hotel en Pastaza en este momento no es rentable sobre todo si se quiere ofrecer calidad.

El entorno de Pastaza es diverso por su clima, vegetación, flora y fauna por lo que necesita una buena promoción y darse a conocer. Las autoridades concientizarse de que el producto se vende fuera de su entorno y hay que trabajar mucho en el control interno de los productos de todos los sectores y el hotelero obviamente es uno de ellos.

En Pastaza la oferta hotelera es mayor que la demanda, por lo tanto no hay rentabilidad y los precios tienden a bajar, sobre todo aquellos establecimientos que por razones particulares, tienden a bajar los precios y también bajar la calidad, lo que no sucede en los feriados y días festivos donde aumenta la demanda y por ende los precios mejoran.

- Según su opinión, ¿Cuál es el futuro de la inversión en alojamiento en Pastaza?

Es incierto, quienes desearían ingresar al mercado hotelero en Pastaza tendrían que verdaderamente hacer un buen estudio de mercado, quizás los hoteleros que surgimos en los primeros años de la década pasada lo hicimos sin hacer este tipo de estudios porque no había mucha oferta.

- ¿Cómo cree usted que los turistas perciben a la calidad hotelera en Pastaza?

Los turistas vienen principalmente por la naturaleza, el clima con un calor soportable que invita a un río o una piscina y a una buena comida refrescante. Yo creo que el turista en Pastaza en general, hablando por los hoteles de la asociación que son los que mejor conozco, hay permanentemente deseos y acciones de mejorar la calidad día tras día, mejorando los servicios para beneficio y satisfacción del cliente, es por eso que pienso que nuestra asociación es uno de los sectores mejor organizados.

- ¿Ha visualizado algún crecimiento en la infraestructura hotelera de los integrantes de la asociación?

La mayoría de los socios han ampliado su capacidad y han extendido su infraestructura.

- ¿Cuáles fueron los problemas más desafiantes que tuvo que afrontar? ¿Qué cree que fue lo más importante para resolverlos?

El problema más desafiante fue obtener el personal capacitado es decir un capital humano con habilidades y cualidades aptas para un servicio de calidad, en nuestra provincia no existen personas con el conocimiento desarrollado, la mejor manera de sobrellevar este problema fue capacitarles nosotros mismos en la hostería ya que no había otra manera de resolverlo

.

2.2.6.3 Conclusiones generales de las entrevistas

- La mayoría de inversiones se realiza con conocimientos empíricos, la gente no cuenta con la preparación necesaria para desarrollar de la mejor manera los proyectos de alojamiento.
- La industria hotelera en Pastaza ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años.

- La mayor parte de la infraestructura es de tercera y cuarta categoría, solo existe una hostería de primera categoría en la Provincia de Pastaza.
- El turista que visita Puyo esta entre los 35 y 45 años de edad, sus ingresos superan los \$1000 dólares y se quedan mínimo un día en la ciudad. Los turistas extranjeros se quedan de dos a tres días y gastan más de \$100 dólares diarios.
- Es importante que las nuevas inversiones cuenten con una infraestructura de calidad y brinden mejores servicios; estos son los aspectos que se deben mejorar actualmente. Además deben cumplir con estándares internacionales.
- Se está promocionando la actividad turística a nivel nacional e internacional con la campaña All You Need Is Ecuador, además en los gobiernos seccionales se están realizando videos publicitarios, material promocional y se está participando en ferias internacionales.
- La industria tiene buena capacidad aunque no todos los establecimientos sean de calidad; existe más oferta que demanda y muchas veces los precios bajan.
- Es necesaria una mayor promoción e interés de los gobiernos seccionales para brindar apoyo a la industria.

- El futuro de la inversión hotelera es incierto, es por eso que antes de invertir se debe realizar un buen estudio de mercado para determinar la factibilidad.
- Pastaza actualmente es un embrión en el campo turístico que debe crecer en infraestructura, servicios, calidad y atractivos turísticos.

2.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS SEGMENTOS

La hostería propuesta está dirigida al mercado socio económico medio alto a alto, ya que el servicio brindado se prevé sea de primera categoría.

El primer segmento a considerar es el hombre de negocios, cuya tendencia es utilizar alojamiento de lunes a viernes, siendo los fines de semana su parte débil. Diciembre, Semana Santa y algunos meses en el verano pueden considerarse los de menor ocupación debido a que el período de vacaciones influye fuertemente en este segmento de mercado; este segmento no es muy sensible al precio ya que por un buen servicio paga más.

El segundo segmento es el de demanda de grupos y convenciones, en el cual el hombre de negocios pueda realizar seminarios, cursos de entrenamiento y conferencias corporativas para sus empresas

El tercer segmento es de turistas y otros, el cual se considera el más débil, ya que las atracciones dentro de la hostería no son tan variadas como otras que se encuentran en las afueras de la ciudad y tienen más áreas verdes y senderos mucho más extensos, la hostería propuesta buscará apoyarse en las atracciones de la ciudad y lugares cercanos por su ubicación central dentro de Puyo. El segmento de turistas y otros incrementa considerablemente los fines de semana, periodos de vacaciones y feriados nacionales.

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.4.1 Comportamiento de la Demanda

No se dispone información histórica sobre el comportamiento de la demanda hacia la ciudad de Puyo, ya que ninguna entidad en el Cantón Pastaza analiza esta información.

La demanda del hombre de negocios, supone un crecimiento potencial de alojamiento considerado fuerte, apoyado en el asentamiento de varias empresas del sector industrial; este es el caso de empresas que se prevé realizarán extracción varios bloques petroleros en la provincia de Pastaza según noticia presentada por el Diario La Hora con fecha 29 de noviembre de 2013 , algunos posibles oferentes para los bloques son: Petroamazonas en asociación con Enap de Chile y Belorusnelt de Bielorrusia, Andes Petroleum, Repsol Cuba.

Además según información obtenida del diario El Tiempo con fecha 19 de septiembre del presente año, la compañía de hidrocarburos italiana ENI comunicó el hallazgo de un importante yacimiento de petróleo en Oglan en la provincia de Pastaza y del que esperan puedan producir hasta 300 millones de barriles, actualmente se está realizando su análisis para ver el posible desarrollo comercial de este hallazgo. Esta es otra de las petroleras que puede llegar a requerir servicios de alojamiento.

Otras compañías petroleras que pueden requerir servicios de alojamiento y alimentación son: Halliburton, Agip, Repsol España, Sinopec de China, Petroperú, Ecopetrol; son posibles oferentes para la extracción de más pozos petroleros. Es por eso que se debe tomar en cuenta que este segmento incrementará la demanda de alojamiento, sobretodo de primera categoría.

2.4.2 Demanda Actual

2.4.2.1 Informe Dirección de Turismo y Ambiente

Se obtuvo información en la Dirección de Turismo y Ambiente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pastaza.

A continuación el informe del total de turistas que visitaron el cantón Pastaza durante el mes de agosto de 2014.

2.4.2.1.1 Objetivo General

- Obtener datos estadísticos del número de turistas que visitaron el Cantón Pastaza durante el mes de agosto.

2.4.2.1.2 Objetivos Específicos

- Cuantificar el número de turistas que se registraron en los diferentes establecimientos de hospedaje.
- Conocer también cuantos turistas visitaron los atractivos turísticos del Cantón Pastaza.

2.4.2.1.3 Procedencia

Los resultados del informe indican que el total de turistas que visitaron los atractivos turísticos del Cantón Pastaza en el mes de agosto fue de 46.373 personas, un 87% (40.500 personas) son nacionales y un 13% (5.873 personas) son extranjeros.

De las visitas de turistas nacionales se obtuvo: Pichincha (17%), seguido de Tungurahua (14%), Azuay (12%), Imbabura (9%), Chimborazo (8%), luego con porcentajes menores se tiene a Cotopaxi (7%), Orellana (6%); con un 5% se ubica Sucumbíos, Morona Santiago, Loja y

Guayas; Zamora Chinchipe (4%) y por último está Esmeraldas (3%).

De las visitas de turistas extranjeros se obtuvo: Estados Unidos (14%), seguido de España, Francia e Inglaterra con un 11%; México, Canadá y Chile (10%); Argentina (8%), Londres (5%), Alemania (4%), Suecia (3%), Holanda y Colombia (2%) y República Checa (1%).

2.4.2.1.4 Porcentaje de turistas hospedados

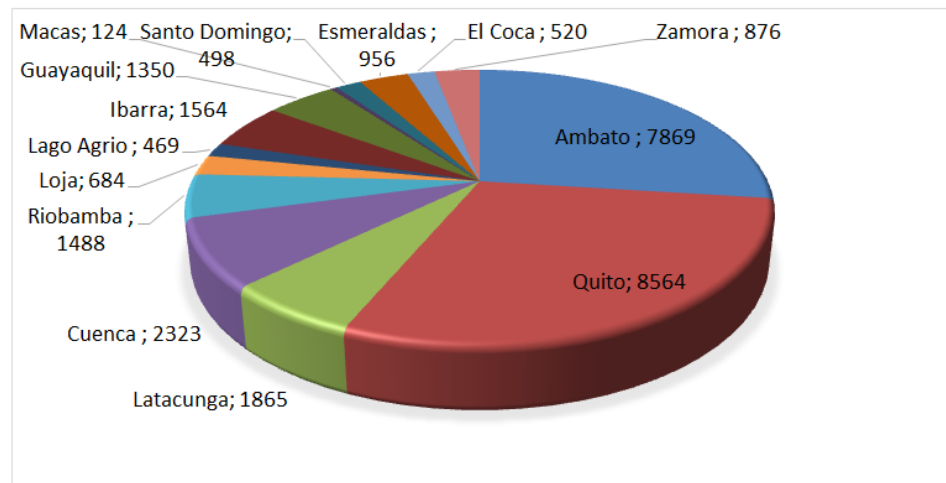
Se asume que del total de turistas extranjeros que visitaron los atractivos turísticos, un 100% utilizó servicios de alojamiento, en este caso: 5.873 personas. Del total de turistas nacionales (40.500) se conoce que 29.150 personas utilizaron servicio de alojamiento. A continuación los resultados:

**Tabla 24. TABLA DE FRECUENCIAS TURISTAS
NACIONALES QUE SE HOSPEDARON**

TURISTAS NACIONALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ambato	7869	27%
Quito	8564	29%
Latacunga	1865	6%
Cuenca	2323	8%
Riobamba	1488	5%
Loja	684	2%
Lago Agrio	469	2%
Ibarra	1564	5%
Guayaquil	1350	5%
Macas	124	1%
Santo Domingo	498	2%
Esmeraldas	956	3%
El Coca	520	2%
Zamora	876	3%
TOTAL	29150	100%

Fuente: Levantamiento de información de establecimientos hoteleros
(Dirección de Turismo y Ambiente – Municipio del Cantón Pastaza)

Elaborado por: Juan Carlos Montufar

Gráfico 43. PORCENTAJE DE TURISTAS**HOSPEDADOS**

Fuente: Levantamiento de información de establecimientos hoteleros (Dirección de Turismo y Ambiente – Municipio del Cantón Pastaza)

Elaborado por: Juan Carlos Montufar

Se concluye que la demanda de alojamiento en el mes de agosto del año 2014 fue de 35.023 personas, 29.150 nacionales y 5.873 extranjeros.

Se conoce que la temporada alta del turismo receptor es en los meses: enero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre. Con respecto al turismo interno se conoce que los meses de temporada alta son febrero (Carnaval), abril (Semana Santa), mayo (Feriado 1ero y 24 de mayo – Fiestas de Puyo), agosto (Feriado 10 de agosto), octubre (Feriado 9 de octubre), noviembre (Feriado 2 y 3 de noviembre - 10

de noviembre Fiestas de provincialización de Pastaza) y diciembre (Navidad y Fin de Año). (Ministerio de Turismo, 2014)

2.4.2.2 Cálculo de la demanda actual

Se realizó el cálculo de la demanda actual en temporada baja y en temporada alta:

Para el cálculo de la demanda actual en temporada baja se utilizó los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el Informe Pastaza Turismo Interno y Receptor 2012. De donde se conoce lo siguiente:

Tabla 25. TURISMO INTERNO Y RECEPTOR 2012 – TEMPORADA BAJA

Año 2012	Mensual
Turismo interno temporada baja	5.806
Turismo receptor temporada baja	1.720

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: María José Páez

Para el año 2012 el crecimiento en turismo fue del 12% (Ministerio de Turismo, 2013) , mientras que en el 2013 fue de 7,42% (ANDES, 2014). Para el año 2014 se conoce que de enero a octubre el turismo tuvo un crecimiento del 14,2% con respecto al mismo período de 2013 (Agencia Informativa Latinoamericana, 2014), con esta información se calculó la demanda para el año 2014 en meses de temporada baja. Ver Tabla 25.

Tabla 26. PROYECCIONES TURISMO INTERNO Y RECEPTOR TEMPORADA BAJA

Año 2013 (+7,42%)	Número de personas mensual
Turismo interno temporada baja	6.237
Turismo receptor temporada baja	1.848
Año 2014 (+14,2%)	Número de personas mensual
<i>Turismo interno temporada baja</i>	<i>7.122</i>
<i>Turismo receptor temporada baja</i>	<i>2.110</i>

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: María José Páez

Por lo tanto se llega a la conclusión que la demanda actual (año 2014) en meses de temporada baja es igual a 7.122 personas para el turismo interno y 2.110 personas para el turismo receptor.

Para los meses de temporada alta se tomará en cuenta a los datos obtenidos del Informe de la Dirección de Turismo y Ambiente del Municipio del Cantón Pastaza, debido a que el estudio se realizó en el mes de Agosto, el cual es considerado como temporada alta. El

número de personas de turismo interno en meses de temporada alta es de 29.150 mientras que el número de personas del turismo receptor es de 5.873.

El siguiente cálculo se lo realizó en base a las temporadas altas y bajas de cada mes, que fueron definidas con anterioridad.

Tabla 27. CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL – AÑO 2014

TEMPORDA ALTA 2014			
TEMPORADA BAJA 2014			
DEMANDA ACTUAL AÑO 2014	INTERNO	RECEPTOR	
ENERO	7.122	5.873	
FEBRERO	29.150	2.110	
MARZO	7.122	5.873	
ABRIL	29.150	2.110	
MAYO	29.150	2.110	
JUNIO	7.122	5.873	
JULIO	7.122	5.873	
AGOSTO	29.150	5.873	
SEPTIEMBRE	7.122	2.110	
OCTUBRE	29.150	2.110	
NOVIEMBRE	29.150	2.110	
DICIEMBRE	29.150	5.873	DEMANDA AL AÑO 2014
	239.660	47.898	287.558

Fuente: Ministerio de Turismo y Dirección de Turismo y Ambiente.

Elaborado por: María José Páez

Se pudo determinar que la demanda actual total de alojamiento es de 287.558 personas al año.

2.4.3 Proyección de la Demanda

Se proyectó la demanda para los próximos 5 años con un crecimiento promedio en turismo de los últimos tres años del 11% anual, considerando un escenario optimista debido a las campañas que se están realizando como All You Need Is Ecuador el país espera incrementar el turismo en porcentajes más altos. Se tomó como referencia un total de 287.558 personas quienes visitan la ciudad de Puyo y utilizan alojamiento. Mediante la aplicación de encuestas se obtuvo que un 41,9% de la muestra prefiere alojamiento tipo Hostería valor que fue aplicado a la población, de esta forma se pudo obtener la demanda de este tipo de alojamiento.

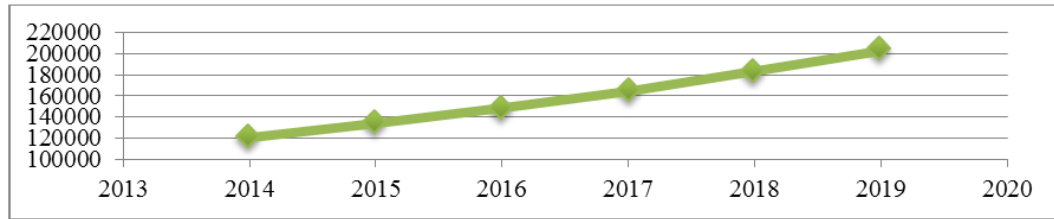
Tabla 28. PROYECCIONES DE LA DEMANDA PARA LOS SIGUIENTES 5 AÑOS ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA

AÑOS	DEMANDA TOTAL	DEMANDA ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA (41,9%)
2014	287.558	120.487
2015	319.189	133.740
2016	354.300	148.452
2017	393.273	164.781
2018	436.533	182.907
2019	484.552	203.027

Fuente: Tabla 16 y Tabla 27.

Elaborado por: María José Páez

Gráfico 44. CURVA DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ALOJAMIENTO TIPO HOSTERÍA



Fuente: Tabla 28

Elaborado por: María José Páez

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.5.1 Oferta actual

Se conoce que la tendencia de crecimiento del sector turístico ha incrementado un 19% en la oferta de habitaciones y un 35% en el número de plazas desde el año 2009 al año 2014, según los catastros históricos del MINTUR; esto se ha dado gracias a la culminación de la construcción de la carretera Puyo-Baños.

En la siguiente tabla se describen todas las hosterías presentes en la provincia de Pastaza, su categoría, número de plazas tanto en mesas como en camas, número de habitaciones y número de empleados.

Tabla 29. OFERTA TOTAL AÑO 2014

NOMBRE HOSTERÍA	CATEGORI A	MESAS	PLAZAS _MESAS	CAMA S	PLAZAS _CAMAS	HABITACION ES	EMPLEADOS
FINCA EL PIGUAL	PRIMERA	24	96	77	89	32	12
HACHA CASPI	SEGUNDA	53	212	122	128	41	5
TURINGIA	SEGUNDA	40	160	48	86	40	17
SAFARI	SEGUNDA	11	44	92	124	36	4
FLOR DE CANELA	SEGUNDA	7	28	43	46	17	6
LIZANES	SEGUNDA	10	40	18	20	6	3
ISLA DEL SOL	SEGUNDA	50	200	14	16	6	8
DON ELIAS	TERCERA	10	40	22	23	7	4
D'MARCO'S	TERCERA	10	40	13	13	8	2
GIO- BAMBUA	SEGUNDA	28	112	5	20	4	5
SANTA MARIANITA	TERCERA	8	32	21	21	7	2
SHELL	TERCERA	2	8	13	18	7	3

Fuente: CATASTRO 2014-MINISTERIO DE TURISMO**Elaborado por:** María José Páez

2.5.1.1 Análisis de competidores

Este análisis empieza con la identificación de los competidores que, por su localización, instalaciones, precios y clientela, compiten en forma directa con la hostería propuesta. A través de observaciones *in situ* a las distintas posibilidades de alojamiento, se logró determinar algunos establecimientos que fueron considerados como la principal competencia, tomando en cuenta la categorización establecida por el ministerio de turismo, en este caso se tomarán en cuenta a hosterías de primera y segunda categoría como mínimo.

✓ **Hostería Finca El Pigual**

Hostería Finca El Pigual es el principal competidor, debido a que es la única Hostería de primera categoría en la ciudad de Puyo, cumple con estándares reconocidos a nivel internacional, se encuentra varios años brindando servicio de alojamiento y su ubicación es estratégica al final Calle Tungurahua - Barrio Obrero - Margen izquierdo río Puyo (a lado del malecón Boayacu) ciudad Puyo.

Gráfico 45. MARCA EL PIGUAL



Fuente: <http://www.elpigualecuador.com/index.php>

Servicio de hospedaje: 15% de descuento DINERS CLUB*

(meses especiales)

- 32 habitaciones amplias y cómodas (desde individuales hasta séxtuples)
- 7 hectáreas de áreas verdes y senderos

1. Habitaciones Estándar

Fotografía 2. HABITACIONES ESTÁNDAR – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-standar.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 30. TARIFAS HABITACIONES ESTÁNDAR – EL PIGUAL

HABITACIONES ESTÁNDAR	TARIFAS RACK	FERIADOS Y FESTIVOS
SENCILLA	\$ 46,78	\$ 51,17
MATRIMONIAL O DOBLE	\$ 87,02	\$ 94,15
TRIPLE	\$ 121,15	\$ 130,29
CUÁDRUPLE	\$ 141,68	\$ 155,36
FAMILIAR 5 PERSONAS	\$ 167,74	\$ 188,78
FAMILIAR 6 PERSONAS	\$ 205,79	\$ 221,62
CARACTERÍSTICAS: Baño privado, agua caliente, Tv por cable, Ventilador portátil, teléfono de habitación, parqueadero cerca. PRECIOS INCLUYEN: Desayuno, Cena estándar, uso de las instalaciones (piscina, sauna, turco, hidromasaje) e IVA. A partir de 15 personas precios especiales.		

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-standar.html>

Elaborado por: María José Páez

2. Habitaciones Ejecutivas

Fotografía 3. HABITACIONES EJECUTIVAS – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-ejecutivas.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 31. TARIFAS HABITACIONES EJECUTIVAS – EL PIGUAL

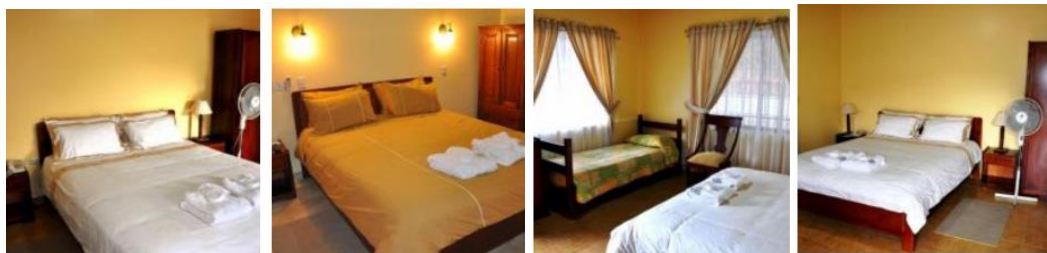
HABITACIONES EJECUTIVAS	TARIFAS RACK	FERIADOS Y FESTIVOS
SENCILLA	\$ 75,17	\$ 86,03
SENCILLA CON A/C	\$ 77,15	\$ 92,57
MATRIMONIAL O DOBLE	\$ 122,20	\$ 143,41
MATRIMONIAL CON A/C	\$ 131,50	\$ 152,46
TRIPLE	\$ 153,44	\$ 182,93
TRIPLE CON A/C	\$ 162,37	\$ 190,58
SUIT	\$ 163,13	\$ 152,46
CUÁDRUPLE 1 PISO CON A/C	\$ 181,72	\$ 218,55
FAMILIAR 4 PERSONAS CON A/C	\$ 195,51	\$ 135,47
FAMILIAR 5 PERSONAS CON A/C	\$ 213,52	\$ 253,77
CARACTERÍSTICAS: baño privado, secador de cabello, salida de baño, agua caliente, TV por cable, Internet por wifi, aire acondicionado o ventilador de pie* , teléfono de habitación, frigobar, caja fuerte, habitación con terraza (con hamaca o silla perezosa)* PRECIOS INCLUYEN: Desayuno, Cena estándar, uso de las instalaciones (piscina, sauna, turco, hidromasaje) e IVA. A partir de 15 personas precios especiales		

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-ejecutivas.html>

Elaborado por: María José Páez

3. Habitaciones Premium

Fotografía 4. HABITACIONES PREMIUM – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-premium.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 32. TARIFAS HABITACIONES PREMIUM – EL PIGUAL

HABITACIONES PREMIUM	TARIFAS RACK	FERIADOS Y FESTIVOS
SENCILLA	\$ 75,17	\$ 86,03
SENCILLA CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 77,15	\$ 92,57
MATRIMONIAL O DOBLE	\$ 122,20	\$ 143,41
MATRIMONIAL CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 131,50	\$ 152,46
TRIPLE	\$ 153,44	\$ 182,93
TRIPLE CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 162,37	\$ 190,58
SUIT	\$ 163,13	\$ 152,46
CUÁDRUPLE 1 PISO CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 181,72	\$ 218,55
FAMILIAR 4 PERSONAS CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 195,51	\$ 135,47
FAMILIAR 5 PERSONAS CON AIRE ACONDICIONADO	\$ 213,52	\$ 253,77
CARACTERÍSTICAS: baño privado, secador de cabello, salida de baño, agua caliente, TV por cable, Internet por wifi, aire acondicionado o ventilador de pie* , teléfono de habitación, frigobar, caja fuerte, habitación con terraza (con hamaca o silla perezosa)* PRECIOS INCLUYEN: Desayuno, Cena estándar, uso de las instalaciones (piscina, sauna, turco, hidromasaje) e IVA. A partir de 15 personas precios especiales		

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/habitaciones/habitaciones-premium.html>

Elaborado por: María José Páez

Otros servicios de la hostería:

- Restaurante, servicio a la habitación, piscina, sauna, turco e hidromasaje, área de juegos infantiles, parqueadero cerca de

la habitación, servicio de guardianía, facilidades y adecuaciones para personas con discapacidad física.

Fotografía 5. INSTALACIONES HOSTERÍA EL PIGUAL



Fuente: <http://www.elpigualecuador.com/es/servicios/restaurantebar.html>

Elaborado por: María José Páez

Servicio de Salones:

Servicio de salones con capacidades de 30 hasta 200 personas, equipados con aire acondicionado o ventilador*, espacios rodeados por áreas verdes naturales y jardines, servicio de coffee break y almuerzos, adecuación del salón según necesidad del cliente, acceso para personas con discapacidad física.

- **ESPACIO CUBIERTO:** es uno de los cuatro lugares disponibles, está ubicado junto a la piscina, capacidad para 120 personas.

Fotografía 6. ESPACIO CUBIERTO – EL PIGUAL

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/espacio-cubierto.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 33. TARIFAS ESPACIO CUBIERTO – EL PIGUAL

ESPACIO CUBIERTO	PRECIO
ALQUILER DEL SALÓN/DÍA	\$95 +IVA
REFRIGERIO ESTÁNDAR/PAX	\$3,50 + IVA
REFRIGERIO EJECUTIVA/PAX	\$4,50 + IVA

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/espacio-cubierto.html>

Elaborado por: María José Páez

- **SALÓN EL PAMBILAR:** destinado para organizar eventos empresariales, institucionales y sociales, capacidad para 200 personas, equipado con aire acondicionado, ventanas panorámicas, pantalla para proyecciones, material para presentaciones, posibilidad para montar escenarios y equipos especiales.

Fotografía 7. SALÓN EL PAMBILAR – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/salon-el-pambilar.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 34. TARIFAS SALÓN EL PAMBILAR – EL PIGUAL

SALÓN EL PAMBILAR	PRECIO
ALQUILER DEL SALÓN/DÍA	\$180 +IVA
REFRIGERIO ESTÁNDAR/PAX	\$3,50 + IVA
REFRIGERIO EJECUTIVA/PAX	\$4,50 + IVA

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/salon-el-pambilar.html>

Elaborado por: María José Páez

- **SALÓN LOS CORDELINES:** lugar destinado para organizar reuniones de trabajo, talleres, capacidad para 60 personas, equipado con ventiladores, ventanas panorámicas, pantalla para proyección, pizarrón de tinta líquida.

Fotografía 8. SALÓN LOS CORDELINES – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/salon-los-cordelines.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 35. TARIFAS SALÓN LOS CORDELINES – EL PIGUAL

SALÓN LOS CORDELINES	PRECIO
ALQUILER DEL SALÓN/DÍA	\$180 +IVA
REFRIGERIO ESTÁNDAR/PAX	\$3,50 + IVA
REFRIGERIO EJECUTIVA/PAX	\$4,50 + IVA

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/salon-los-cordelines.html>

Elaborado por: María José Páez

- **SALÓN POMAROSA:** lugar perfecto para organizar reuniones de trabajo, talleres para grupos pequeños, ubicado en un entorno de naturaleza amazónica junto a una laguna de tilapias, capacidad para 40 personas, equipado con ventiladores, ventanas panorámicas, pantalla para proyección, pizarrón de tinta líquida.

Fotografía 9. SALÓN POMAROSA – EL PIGUAL



Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 36. TARIFAS SALÓN POMAROSA – EL PIGUAL

SALÓN POMAROSA	PRECIO
ALQUILER DEL SALÓN/DÍA	\$100 +IVA
REFRIGERIO ESTÁNDAR/PAX	\$3,50 + IVA
REFRIGERIO EJECUTIVA/PAX	\$4,50 + IVA

Fuente: <http://www.hosteriaelpigual.com/es/salones/salon-pomarosa.html>

Elaborado por: María José Páez

Parque de la Guadua (Contribuyendo al desarrollo sostenible de la Amazonía)

33 hectáreas de superficie, bosques nativos secundarios protegidos, cultivos de bambú, senderos por el parque, primeras construcciones con bambú, jardines y espejos de agua. (HOSTERÍA FINCA EL PIGUAL, 2014)

✓ **Hostería Hachacaspi**

La Hostería Hachacaspi también es un competidor importante debido a que su extensión es mucho más amplia y cuenta con una gran cantidad de senderos y zonas recreativas, se encuentra ubicada a las afueras de la ciudad, en la vía Tarqui Km 11/2, Puyo Pastaza Ecuador.

Servicio de alojamiento:

Fotografía 10. HABITACIONES HOSTERÍA HACHACASPI



Fuente: <http://www.hachacaspi.com/servicios#alojamiento>

Elaborado por: María José Páez

Las tarifas de alojamiento y sala de recepciones se obtuvieron mediante llamada telefónica:

Tabla 37. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA HACHACASPI

HABITACIONES Y CABAÑAS	TARIFAS RACK
HABITACIÓN SIMPLE	\$ 55,00
HABITACIÓN MATRIMONIAL	\$ 67,00
HABITACIÓN TRIPLE	\$ 100,50
CABAÑAS TRIPLE	\$ 100,50
CARACTERÍSTICAS: baño privado, agua caliente, agua fría, tv. PRECIOS INCLUYEN: Desayuno y almuerzo o desayuno y cena, uso de las instalaciones (piscina, sauna, turco, hidromasaje) e IVA.	

Fuente: <http://www.hachacaspi.com/servicios#alojamiento>

Elaborado por: María José Páez

Otros servicios:

- Restaurante1 : capacidad de 120 personas
- Restaurante 2: capacidad de 500 personas
- Recreación: piscina de adultos, piscina de niños, sauna, turco, hidromasaje, polar, canchas deportivas, senderos.

**Fotografía 11. INSTALACIONES HOSTERÍA
HACHACASPI**



Fuente: <http://www.hachacaspi.com/servicios#recreaci%C3%B3n>

Elaborado por: María José Páez

- Sala de Recepciones: se cuenta con equipo de trabajo para la realización de Seminarios y Talleres de Instituciones Públicas y Privadas, con calidad, seguridad y calidez. El uso del salón no tiene costo siempre y cuando se consuma almuerzos a \$6,00 o coffee break a \$2,50.

✓ **Hostería Turingia**

La Hostería Turingia se encuentra dentro de la ciudad su extensión no es muy amplia posee pocos jardines y no tiene senderos, es un competidor fuerte debido a su ubicación cercana al centro de la ciudad en la Av. Ceslao Marín y Fco. De Orellana y años de experiencia en el servicio.

Gráfico 46. MARCA HOSTERÍA TURINGIA



Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/>

Servicio de hospedaje: entre habitaciones y cabañas.

Fotografía 12. HABITACIONES HOSTERÍA TURINGIA



Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/hotel.html>

Elaborado por: María José Páez

Tabla 38. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA TURINGIA

TIPO DE HABITACIÓN	PRECIO
HABITACIONES SIMPLES	\$ 75,17
HABITACIONES MATRIMONIALES	\$ 77,15
HABITACIONES DOBLES	\$ 122,20
HABITACIONES TRIPLES	\$ 131,50
HABITACIONES CUÁDRUPLES	\$ 153,44
HABITACIONES QUINTUPLES	\$ 162,37
MINI-SUITE 1 PERSONA	\$ 163,13
MINI-SUITE 2 PERSONAS	\$ 181,72
SUITE	\$ 195,51
SUITE 2 PERSONAS	\$ 213,52
CARACTERÍSTICAS: Agua caliente, servicio de habitación, servicio de lavandería, TV por cable, Internet Wifi, baño privado, ventilador, teléfono. PRECIOS INCLUYEN: uso de las instalaciones (parqueadero, piscina, sauna, hidromasaje) e IVA. Descuentos para grupos grandes.	

Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/tarifas.html>

Elaborado por: María José Páez

Otros servicios:

- Restaurante con comida nacional e internacional : capacidad para 80-100 personas

Tabla 39. TARIFAS ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN	PRECIO
DESAYUNO	\$ 5,00
ALMUERZOS /MENÚ	\$ 10,00
MERIENDAS	\$ 10,00
ALMUERZO O MERIENDA CON CORVINA O CAMARÓN	\$ 11,00

Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/tarifas.html>

Elaborado por: María José Páez

- Recreación: piscina, sauna, hidromasaje.

Fotografía 13. INSTALACIONES HOSTERÍA TURINGIA



Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/servicios.html>

Elaborado por: María José Páez

- Sala de sesiones: capacidad para 80 personas, el uso del salón no tiene costo siempre y cuando se consuma almuerzos a \$10,00 o coffee break a \$5,00.

Fotografía 14. SALA DE SESIONES HOSTERÍA TURINGIA



Fuente: <http://www.hosteriaturingia.com/servicios.html>

Elaborado por: María José Páez

✓ **Hostería Safari**

La Hostería Safari en los últimos ha venido realizando remodelaciones en su infraestructura lo que la hace un competidor importante, se encuentra fuera de la ciudad en el Km 3 vía Tena, posee un sin número de actividades de recreación y su política de sostenibilidad es brindar servicio de alojamiento y alimentación sustentados en prácticas amigables con el medio ambiente, la comunidad y su cultura.

Gráfico 47. MARCA HOSTERÍA SAFARI



Fuente: <http://www.safarihosteria.com/>

Elaborado por: María José Páez

Servicio de hospedaje: cabañas confortables, de ambientes separados, para parejas, familias, grupos de amigos o para el turista ejecutivo. Disponen de una hermosa vista, baño privado y agua caliente.

Tabla 40. TARIFAS DE ALOJAMIENTO HOSTERÍA SAFARI

TIPO DE HABITACIÓN	PRECIO
FIN DE SEMANA (viernes, sábado y domingo)	
TARIFA ADULTO	\$ 35,50
TARIFA NIÑO (3 a 10 años)	\$ 30,50
ENTRE SEMANA (lunes, martes, miércoles y jueves)	
TARIFA ADULTO	\$ 30,50
TARIFA NIÑO (3 a 10 años)	\$ 26,50
FERIADOS	
TARIFA ADULTO	\$ 40,50
TARIFA NIÑO (3 a 10 años)	\$ 36,50
PRECIOS INCLUYEN: alojamiento, desayuno americano, cena, uso de las instalaciones (piscina, sauna, turco, hidromasaje solo sábados, domingos y feriados únicamente) e IVA.	

Fuente: <http://www.safarihosteria.com/tarifas.html>

Elaborado por: María José Páez

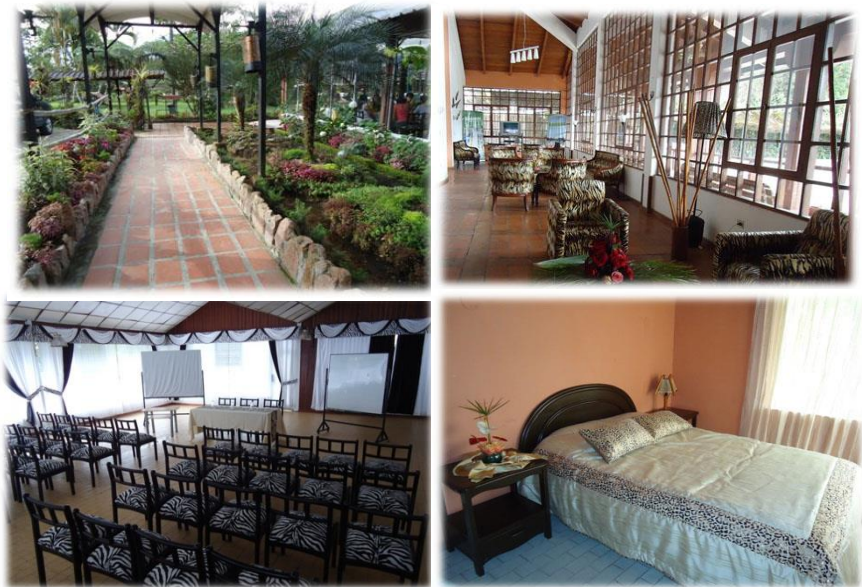
Otros servicios:

- Restaurante El Jardín Safari: desayunos, almuerzos, cenas, menús, platos a la carta y bocaditos para eventos.
- Bar La Terraza: servicio de tragos cortos y largos, con una exquisita selección de los mejores licores, bebidas refrescantes y comida rápida.
- Servicio de lavandería, taxi, discado nacional e internacional, información sobre tours y excursiones a la selva y atractivos turísticos de la zona.
- Recreación: piscina, SPA: sauna, turco, hidromasaje, canchas de indor, básquet, tenis, vóley, ping-pong, billar,

senderos ecológicos excursiones con agencias especializadas.

- Salón Las Zebras: sala de seminarios y conferencias para aprox. 200 personas.
- Salones Safari: dos salas de seminarios y conferencias para aprox. 30 y 40 personas, equipados con amplificación, micrófonos inalámbricos, infocus, pizarrones de tiza líquida, mesas y sillas según requerimiento y estación permanente de agua y café.

Fotografía 15. INSTALACIONES HOSTERÍA SAFARI



Fuente: <http://www.safarihosteria.com/fotos.html>

Elaborado por: María José Páez

✓ Hostería Lizanes

La Hostería Lizanes es considerada como la competencia menos fuerte, debido a que su infraestructura cuenta con solo 6 habitaciones y tiene pocos años brindando servicio de alojamiento. Se encuentra ubicada en la Vía Shell Km 6 Sector Santa Rosa, Puyo – Pastaza – Ecuador.

Gráfico 48. MARCA HOSTERÍA LIZANES

Fuente: www.hosterializanes.com

Elaborado por: María José Páez

Servicio de hospedaje: se ofrecen cabañas familiares y una Suite con jacuzzi.

**Tabla 41. TARIFAS ALOJAMIENTO HOSTERÍA
LIZANES**

TIPO DE HABITACIÓN	PRECIO
CABAÑA SENCILLA POR PERSONA	\$ 25,00
VELADA ÚNICA - CABAÑA SUITE	\$ 80,00
INCLUYE: DÍA 1 <ul style="list-style-type: none"> - COCTEL DE BIENVENIDA - UNA NOCHE DE ALOJAMIENTO EN LA CABAÑA SUITE - AREA INTERNA: Habitación con cama matrimonial, jacuzzi, frigobar, aire acondicionado, TV. - AREA EXTERNA: piscina, cafetería restaurante, hidromasaje, vista al entorno. - DECORACIÓN FLORAL (pétalos de rosa) - CANASTA DE FRUTAS DÍA 2 <ul style="list-style-type: none"> - DESAYUNO CONTINENTAL (café en agua o en leche, pan, jugo, huevos revueltos, frutas) 	
NOCHE INOLVIDABLE	\$ 90
INCLUYE: DÍA 1 <ul style="list-style-type: none"> - BOTELLA DE VINO - UNA NOCHE DE ALOJAMIENTO EN LA CABAÑA SUITE - AREA INTERNA: Habitación con cama matrimonial, jacuzzi, frigobar, aire acondicionado, TV. - AREA EXTERNA: piscina, cafetería restaurante, hidromasaje, vista al entorno. - DECORACIÓN FLORAL (pétalos de rosa) - CANASTA DE FRUTAS DÍA 2 <ul style="list-style-type: none"> - DESAYUNO CONTINENTAL (café en agua o en leche, pan, jugo, huevos revueltos, frutas) 	
NOCHE ROMÁNTICA	\$ 100,00
INCLUYE: DÍA 1 <ul style="list-style-type: none"> - COCTEL DE BIENVENIDA - UNA NOCHE DE ALOJAMIENTO EN LA CABAÑA SUITE - AREA INTERNA: Habitación con cama matrimonial, jacuzzi, frigobar, aire acondicionado, TV. - AREA EXTERNA: piscina, cafetería restaurante, hidromasaje, vista al entorno. - DECORACIÓN FLORAL (pétalos de rosa) - CANASTA DE FRUTAS - CENA ROMÁNTICA A LA LUZ DE LAS VELAS (balcón de la suite)(plato fuerte, bebida postre) DÍA 2 <ul style="list-style-type: none"> - DESAYUNO CONTINENTAL (café en agua o en leche, pan, jugo, huevos revueltos, frutas) 	

Fuente: <http://www.hosterializanes.com/cabanas.html>

Elaborado por: María José Páez

Otros servicios:

- Parqueadero amplio
- Piscina, jacuzzi, mirador y senderos
- Restaurante, cafetería, bar: tiene una capacidad para 100 personas, se ofrecen platos nacionales e internacionales.

Tabla 42. TARIFAS RESTAURANTE HOSTERÍA LIZANES

ALIMENTACIÓN	PRECIO
OPCIÓN 1 ALMUERZO MENÚ (sopa, plato fuerte, bebida y postre) USO DE INSTALACIONES (piscina, hidromasaje, área de bar y restaurante)	\$ 8,00
OPCIÓN 2 ALMUERZO TÍPICO (sopa de bolas de verde, tilapia refresco natural y postre) USO DE INSTALACIONES (piscina, hidromasaje, área de bar y restaurante)	\$ 10,00
OPCIÓN 3 PARRILLADA MEDIANA (1/8 de pollo, 1 chuleta, 1 botón rojo, blanco, papas cocidas, 1 choclo, ensalada, salsa de queso, gaseosa y postre) USO DE INSTALACIONES (piscina, hidromasaje, área de bar y restaurante)	\$ 10,00
OPCIÓN 4 PARRILLADA COMPLETA (1/8 de pollo, 1 chuleta, 1 botón roja, blanco, negro, papas cocidas, 1 choclo, ensalada, salsa de queso, gaseosa y postre) USO DE INSTALACIONES (piscina, hidromasaje, área de bar y restaurante)	\$ 12,00

Fuente: <http://www.hosterializanes.com/restaurante.html>

Elaborado por: María José Páez

2.5.2 Proyección de la Oferta

En la Tabla 29 se puede observar la oferta total al año 2014, con 12 hosterías de varias categorías, para la proyección de la oferta solo se tomó en cuenta a los principales competidores. A continuación el cálculo de la oferta anual para el año 2014:

Tabla 43. OFERTA TOTAL AÑO 2014

HOSTERÍA	Capacidad Instalada
El Pigual	89
Hachacaspi	128
Turingia	86
Safari	124
Flor de Canela	46
Lizanes	20
Total capacidad instalada:	493
Oferta anual (365 días):	179.945

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: María José Páez

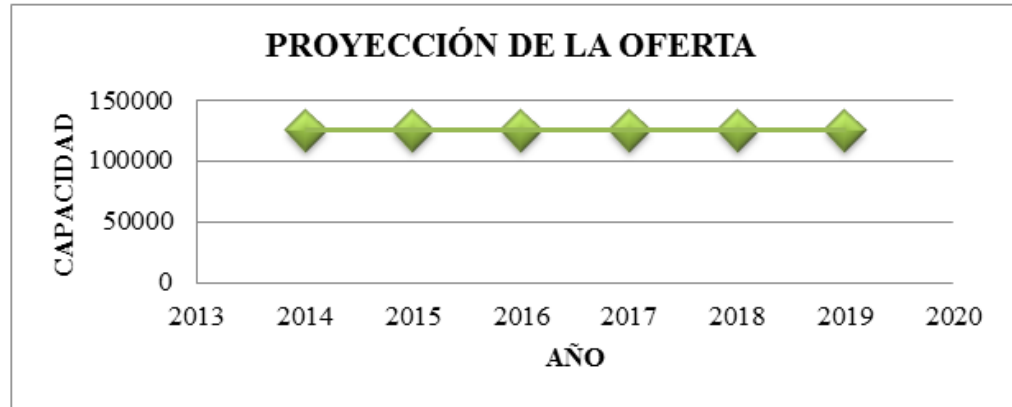
Tabla 44. PROYECCIÓN DE LA OFERTA PRÓXIMOS 5 AÑOS

AÑOS	ATENCIÓN ANUAL PLAZAS CAMAS
2014	179.945
2015	179.945
2016	179.945
2017	179.945
2018	179.945
2019	179.945

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: María José Páez

Gráfico 49. PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS



Fuente: Tabla 44.

Elaborador por: María José Páez

2.6 DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se realiza la diferencia entre la demanda y la oferta.

Tabla 45. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	120.487	179.945	-59.458
2015	133.740	179.945	-46.205
2016	148.452	179.945	-31.493
2017	164.781	179.945	-15.164
2018	182.907	179.945	2.962
2019	203.027	179.945	23.082

Fuente: Proyecciones de demanda y oferta próximos 5 años

Elaborado por: María José Páez

Los cálculos de la demanda se encuentran en la Tabla 28 proyecciones de la demanda para los siguientes 5 años, y los datos de la oferta en la Tabla 44 proyecciones de la oferta para los próximos 5 años.

Según los resultados obtenidos en la Tabla 45 del cálculo de la demanda insatisfecha, no existe demanda insatisfecha de alojamiento tipo hostería en la ciudad de Puyo en la actualidad ni en los próximos 3 años, pero se puede concluir que al existir solo una hostería que brinda servicios de primera categoría la demanda de este tipo de alojamiento si existe, ya que una sola hostería no puede cubrir todas las plazas demandadas en esa categoría, mucho menos con la presencia de las compañías petroleras que en un futuro se asentarán en la ciudad. A partir del cuarto año (2018) se prevé una demanda insatisfecha de 2.962 plazas y en el quinto año (2019) de 23.082 las cuales son cifras altas que generan un punto positivo para la creación del proyecto.

2.7 DEMANDA POTENCIAL

Se realizó el cálculo de la demanda potencial para el año 2015, a continuación los cálculos:

2.7.1 Cálculo de la frecuencia

Tabla 46. CÁLCULO DE LA FRECUENCIA

CÁLCULO FRECUENCIA		
1 VEZ AL AÑO	46%	0,463
2 VECES AL AÑO	26%	0,528
MÁS DE DOS VECES	27%	0,816
Número de veces promedio al AÑO		1,81
Sumatoria	100%	

Fuente: Pregunta 7 de la encuesta. Tabla 10.

Elaborado por: María José Páez

Mediante la aplicación de encuestas se obtuvo la siguiente información: un 46% de las personas entrevistadas viaja una vez al año, el 26% viaja 2 veces al año y el 27% más de dos veces al año, por lo tanto el número de veces promedio al año es igual a 1,81.

2.7.2 Cálculo del precio promedio

Tabla 47. CÁLCULO DEL PRECIO PROMEDIO

RANGO DE PRECIOS					
MIN	MAX	PROM.	%	No. PERSONAS DISPUESTAS A PAGAR TARIFA	PRECIO PROMEDIO TOTAL
25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	31,30%	41.861	\$ 1.046.515,50
26,00	\$ 35,00	\$ 30,50	45,53%	60.892	\$ 1.857.200,57
36,00	\$ 45,00	\$ 40,50	15,45%	20.663	\$ 836.844,62
50,00	\$ 70,00	\$ 60,00	6,10%	8.158	\$ 489.488,40
70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	1,62%	2.167	\$ 151.661,16
			100,00%	133.740	\$ 4.381.710,25
					\$ 32,76

TOTAL	133.740
USUARIOS	

Fuente: Pregunta 15 encuesta. Tabla 22.
Elaborado por: María José Páez

Hay que mencionar que los cálculos se realizaron con el valor de la demanda para el año 2015 que es igual a 133. 740 usuarios de alojamiento.

De la encuesta se obtuvo que un 31,3% de personas están dispuestas a pagar menos de \$25 por noche en un lugar que cuente con los atributos deseados, un 45,5% están dispuestas a pagar de \$26 hasta \$35, el 15,40% de \$36 a \$45, el 6,1% de \$50 a \$70 y el 1,6% más de \$70; con esta información se procedió a realizar los cálculos y se obtuvo el precio promedio por noche de alojamiento es de \$32,75.

2.7.3 Cálculo demanda potencial

Tabla 48. CÁLCULO DEMANDA POTENCIAL

USUARIOS 2015	133.740,00
FRECUENCIA	1,81
PRECIO PROMEDIO	\$32,75
DEMANDA POTENCIAL:	\$7.915.177,19
PARTICIPACIÓN DE MERCADO:	4,5%
DEMANDA PROYECTO PROPUESTO:	\$356.128,97 ANUALES \$29,681,91 MENSUAL CAPACIDAD DIARIA: 30 PERSONAS

Fuente: Tabla 46 y Tabla 47

Elaborado por: María José Páez

La demanda potencial para el año 2015 es igual a \$7.915.177,19 de este total se espera captar apenas el 4,5% del total es decir \$356.182,97 al año, esto quiere decir que se obtendrán ingresos promedio de \$29.681,91 al mes con un total de 906 plazas vendidas, definiéndose de esta manera una capacidad hotelera de 30 personas diarias.

2.8 MARKETING MIX

2.8.1 Servicio

El alojamiento tipo hostería es uno de los más solicitados debido a la gran variedad de actividades y espacios verdes que ofrecen, en este caso la Hostería propuesta contaría con los siguientes servicios:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Restaurante
- ✓ Salón de eventos – Servicio de organización de eventos
- ✓ 3 piscinas
- ✓ Sauna – turco-hidromasaje
- ✓ Cancha múltiple, juegos infantiles
- ✓ Senderos – áreas verdes - jardines
- ✓ Pesca deportiva
- ✓ Parqueadero

Todo esto acompañado de un servicio personalizado, exquisita gastronomía y alojamiento de lujo.

Hoy en día este mercado está saturado en la provincia de Pastaza, existen servicios similares que ofrecen los mismos beneficios, sin embargo, la calidad en el servicio no es la misma es por eso que la hostería propuesta manejaría un concepto clave que es la diferenciación, con la cual se logra que el cliente se dé cuenta que no todos los productos y servicios son de la misma clase, ni todos los destinos son iguales, pero en este caso existirá valores añadidos que los harán diferentes.

La marca es el modo principal de identificar un producto o servicio y diferenciarlo de los demás. Para el comprador representa un punto de referencia, algo que revela la identidad del producto, concentra la información, garantiza la oferta y reduce la incertidumbre del proceso de compra, es una promesa que la empresa ha de mantener y eso es lo que se quiere proyectar con la marca desarrollada a continuación:

✓ **Diseño de la marca**

El logotipo está inspirado en 4 formas fundamentales: aire, cabaña/casa, agua y árbol.

Fotografía 16. ELEMENTOS DE LA MARCA



Elaborado por: Diseñador gráfico

Para la extracción de los colores se tomó a los elementos más valiosos, en la primera fila de imágenes se puede observar al agua, que en lo particular en el oriente está muy matizada por vegetación, el paisaje es muy diferente al de la sierra, junto al agua se puede ver naturaleza es por eso que se tomó al verde como color primario para la marca.

Fotografía 17. Colores de la marca



Elaborado por: Diseñador gráfico

En las imágenes de la segunda fila se puede observar la sombra proyectada de un árbol y la silueta de un árbol; el árbol como tal significa sabiduría, longevidad, crecimiento, pero estar a la sombra de un árbol es

muy relajante, romántico, se siente paz, tranquilidad y ese intangible es el que fue agregado a la marca, hacer que la gente recuerde qué es sentarse bajo un árbol. La gente que elige una hostería busca descansar, salir del ruido y ésta imagen que se asemeja mucho al momento que les lleva a esa sensación, es la correcta.

Fotografía 18. MARCA



Elaborado por: Diseñador gráfico

Composición de la marca: de fondo la silueta de la casa/cabaña, la representación del árbol que al mismo tiempo representa una hoja y en la parte inferior se puede observar el agua y el viento.

El nombre GARDEN HOUSE, fue creado en inglés y no en español porque en el tema de turismo es muy importante hacerlo en este idioma, ya que el inglés es un lenguaje universal y en estos casos es mejor no arriesgarse a idiomas como el italiano, francés idiomas que son más difíciles de comprender.

GARDEN significa jardín y HOUSE es casa, traducido del idioma inglés, este nombre se adapta perfectamente al contexto donde se ubicaría la hostería, dentro de la ciudad, con amplios jardines y un bosque de bambú.

Se buscó un tipo de letra que aporte más a la legibilidad, porque una marca muy distorsionada y cuando no se lee bien pierde reconocimiento por parte del observador. Se seleccionó un nombre corto, es importante para que la gente lo pueda memorizar para el cual se utilizó la fuente llamada Gotham usada actualmente por el Banco de Guayaquil y el Presidente de Estados Unidos Barack Obama.

✓ Aplicativos

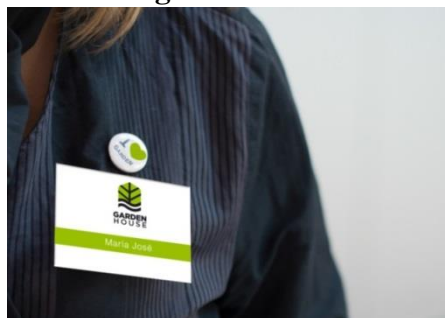
Fotografía 19. Papelería básica



Elaborado por: Diseñador gráfico

La estrategia principal es la marca única que consiste en poner la misma marca a todos los productos de la empresa siendo aún muy distintos entre ellos.

Fotografía 20. GAFETE



Elaborado por: Diseñador gráfico

Fotografía 21. LLAVE



Elaborado por: Diseñador gráfico

Fotografía 22. PUERTA



Elaborado por: Diseñador gráfico

Fotografía 23. JABÓN



Elaborado por: Diseñador gráfico

Fotografía 24. TOALLAS

Elaborado por: Diseñador gráfico

2.8.2 Precio

El precio es la única variable de marketing capaz de generar ingresos para la empresa, para la cual representa el ingreso bruto por unidad de producto o servicio vendido, mientras que para el consumidor representaría la valoración en términos económicos de todos aquellos beneficios que dicho producto o servicio le aporta. (Escobar & González, 2011)

Los factores que determinarán el precio en estudios posteriores son factores del ámbito interno de la empresa y factores del entorno. Dentro de los factores del ámbito interno de la empresa se tiene: los objetivos fijados, la estructura de costes generando beneficios y la estrategia de marketing. En los factores del entorno se tiene: la demanda y su respuesta a cambios en el

precio (elasticidad de la demanda), la competencia, el marco legal y los factores sociopolíticos.

En la siguiente tabla se resume los precios de los principales competidores. Estos precios son difíciles de segregar debido a las diferentes atracciones que ofrece cada uno de los competidores, sin embargo se contempla una variedad similar de atracciones enfocándonos en la misma línea de la competencia.

Tabla 49. PRECIOS DE LA COMPETENCIA DIRECTA-A

			TARIFAS RACK	FESTIVOS Y FERIADOS	PROMEDIO
HOSTERÍA EL PIGUAL	HABITACIONES ESTANDAR	SENCILLA	\$ 46,78	\$ 51,17	\$ 48,98
		MATRIMONIAL	\$ 87,02	\$ 94,15	\$ 90,59
		TRIPLE	\$ 121,15	\$ 130,29	\$ 125,72
		CUÁDRUPLE	\$ 141,68	\$ 155,36	\$ 148,52
		5 PERSONAS	\$ 167,74	\$ 188,78	\$ 178,26
		6 PERSONAS	\$ 205,79	\$ 221,62	\$ 213,71
	HABITACIONES EEJECUTIVAS Y PREMIUM	SENCILLA	\$ 75,17	\$ 86,03	\$ 80,60
		SENCILLA A/C	\$ 77,15	\$ 92,57	\$ 84,86
		MATRIMONIAL	\$ 122,20	\$ 143,41	\$ 132,81
		MATRIMONIAL	\$ 131,50	\$ 152,46	\$ 141,98
		TRIPLE	\$ 153,44	\$ 182,93	\$ 168,19
		TRIPLE CON A/C	\$ 162,37	\$ 190,58	\$ 176,48
		SUIT	\$ 163,13	\$ 152,46	\$ 157,80
		CUÁDRUPLE 1 PISO CON A/C	\$ 181,72	\$ 218,55	\$ 200,14
		FAMILIAR 4	\$ 195,51	\$ 135,47	\$ 165,49
		FAMILIAR 5 PERSONAS CON A/C	\$ 213,52	\$ 253,77	\$ 233,65

Tabla 50. PRECIOS DE LA COMPETENCIA DIRECTA-B

HOSTERÍA HACACASPI	HABITACIONES Y CABAÑAS	HABITACIÓN SIMPLE	\$ 55,00			
		HABITACIÓN MATRIMONIAL	\$ 67,00			
		HABITACIÓN TRIPLE	\$ 100,50			
		CABAÑAS TRIPLE	\$ 100,50			
HOSTERÍA TURINGIA	HABITACIÓN	SIMPLES	\$ 75,17			
		MATRIMONIAL	\$ 77,15			
		DOBLES	\$ 122,20			
		TRIPLES	\$ 131,50			
		CUÁDRUPLES	\$ 153,44			
		QUINTUPLES	\$ 162,37			
		MINI-SUITE 1 PERSONA	\$ 163,13			
		MINI-SUITE 2 PERSONAS	\$ 181,72			
		SUITE	\$ 195,51			
		SUITE 2 PERSONAS	\$ 213,52			
HOSTERÍA SAFARI	HABITACIÓN ESTÁNDAR	TARIFA ADULTO	\$ 35,50	\$ 40,50	\$ 38,00	
		TARIFA NIÑO (3 a 10 años)	\$ 30,50	\$ 36,50	\$ 33,50	
HOSTERÍA LIZANES	HABITACIÓN	CABAÑAS SENCILLA	\$ 25,00			
		CABAÑA SUITE VELADA ÚNICA	\$ 80,00			
		CABAÑA SUITE NOCHE INOLVIDABLE	\$ 90,00			
		CABAÑA NOCHE ROMÁNTICA	\$ 100,00			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: María José Páez

2.8.3 Promoción y Comunicación

El objetivo de la promoción es informar, persuadir y recordar la disponibilidad del servicio a los consumidores, con la finalidad de estimular su demanda.

Una de las principales herramientas que se debe utilizar es el marketing on line, ya que en la actualidad la influencia de las tecnologías es muy poderosa, en relación a las utilidades de Internet en el desarrollo de las políticas de marketing, Muñiz (2008) identifica las siguientes: mediante internet se puede dar a conocer el destino y transmitir información sobre el mismo, permite conocer mejor a los clientes, es muy útil en el proceso de fidelización y muchas veces facilita el estudio de mercado.

En el proyecto se fomentará el uso de:

- E-marketing: el cual consiste en la utilización de internet para desarrollar políticas de marketing.
- E-commerce: es el comercio electrónico, consiste en compra y venta de productos y servicios a través de medios electrónicos.
- Marketing one to one: persigue personalizar al máximo la relación entre el usuario y la página web.

(Escobar & González, Marketing Turístico, 2011)

Las herramientas más útiles para la comunicación serán las redes sociales, blogs turísticos, videos, instrumentos publicitarios en la red como banners publicitarios (google advertisement), mailing, entre otros.

2.9 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

2.9.1 Rivalidad entre empresas que compiten

Los integrantes de la Asociación de Hoteleros de Pastaza AHOTEP, llevan a cabo una competencia leal ya que todos están regidos bajo un código de ética que lleva a las buenas prácticas tanto en la competencia por clientes como en el servicio que brindan.

2.9.2 Entrada potencial de competidores nuevos

Actualmente existen muchas barreras que impiden la fácil entrada de nuevos competidores algunas de ellas son: los requisitos de capital, las desventajas del costo independiente de las economías de escala, el precio disuasivo de la entrada y la política de gobierno entre otros. Además en la actualidad existe

más demanda que oferta es por eso que los inversionistas deben realizar estudios a profundidad para invertir en este tipo de industria.

2.9.3 Entrada potencial de productos sustitutos

El alojamiento tipo hostería no es el único en el mercado existen otros productos y servicios que fácilmente podrían reemplazarlo como son:

- Cabañas
- Alojamiento tipo lodge.
- Hostales
- Hoteles
- Turismo comunitario

2.9.4 El poder de negociación de los proveedores

Las operadoras de turismo tienen un poder de negociación alto debido a que son estas quienes muchas veces colocan a los clientes dentro de la hostería.

El poder de negociación de los proveedores de alimentos no es muy alto debido a que no se encuentran organizados, se puede realizar alianzas estratégicas para que por mayor compra, los precios disminuyan.

Los proveedores de insumos hoteleros no se encuentran en la provincia de Pastaza sino en las ciudades grandes del país, se encuentran mejor organizados por lo que su poder de negociación es alto, de igual manera se pueden hacer negociaciones en las que se soliciten menores costos pero será mucho más difícil conseguirlos.

2.9.5 El poder de negociación de los consumidores

El poder de negociación de los consumidores podría considerarse medio, debido a la gran oferta de este servicio, pero en caso de que demanden servicios de alta calidad su poder de negociación será muy bajo ya que la oferta de primera categoría es mínima.

2.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ✓ Al final del capítulo se cumplió con todos los objetivos específicos propuestos en el estudio de mercado.
- ✓ Se pudo definir claramente los tres segmentos meta a los que está dirigido este proyecto: el hombre de negocios, grupo de seminarios y conferencias, turistas y otros.
- ✓ Con la aplicación de encuestas se pudo determinar que los factores más importantes a la hora de elegir un lugar para alojarse son el servicio y el precio seguido por la cercanía a la ciudad y cercanía a los atractivos turísticos es por eso que el servicio debe ser de primera, se debe trabajar con precios competitivos, y la hostería al estar ubicada en un lugar central de la ciudad cubriría totalmente este requerimiento, de esta forma se logró conocer más acerca de los gustos y preferencias del consumidor.
- ✓ El mayor porcentaje de los encuestados tanto de ecuatorianos como de otras nacionalidades prefiere el alojamiento tipo hostería, ya que tiene más áreas de esparcimiento y recreación que otros tipos de hospedaje no brindan; llegando a la conclusión de que el tipo de hospedaje elegido es el correcto.

- ✓ Un 76% de los encuestados ya había visitado la ciudad de Puyo con anterioridad este resultado es muy positivo ya que están regresando a la ciudad.
- ✓ La aceptación del servicio de una nueva hostería en la ciudad de puyo fue del 94,3% esto nos da a conocer que la mayoría de personas encuestadas está demandando un servicio de hospedaje de calidad, lo que confirma la idea de implantación del negocio.
- ✓ El sector hotelero ha tenido un crecimiento representativo a lo largo de los años, en el 2009 existían 9 hosterías y en la actualidad existen 12 además de que todas ellas han ampliado su infraestructura.
- ✓ Según las entrevistas y el análisis correspondiente se determinó que no existe demanda insatisfecha en el presente año, es decir existe más oferta que demanda; sin embargo cabe mencionar que solo hay una hostería de primera categoría en la ciudad de Puyo y en la provincia de Pastaza, en un futuro no muy lejano con el asentamiento de las empresas petroleras la demanda de servicios de primera categoría aumentará y no existe oferta de alojamiento con este nivel de calidad que pueda cubrir esos requerimientos.
- ✓ Se identificó claramente a la competencia directa con un análisis profundo de cada uno de sus servicios y se tiene una visión global de los precios para la prestación de servicios de alojamiento.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 UBICACIÓN DEL NEGOCIO

3.1.1 Macrolocalización

La Hostería propuesta estaría ubicada en la Provincia de Pastaza cantón Pastaza, ciudad de Puyo. A continuación el mapa de Pastaza y de la ciudad de Puyo:

Gráfico 50.MAPA TURÍSTICO DE PASTAZA



Fuente: Guía Turística 2013
Elaborado por: Ministerio de Turismo

Gráfico 51. MAPA DE LA CIUDAD DE PUYO

Fuente: Folleto Turístico de Pastaza

Elaborado por: Ministerio de Turismo

Los límites de la ciudad de Puyo son: al norte con la parroquia Fátima, al sur con las parroquias Tarqui y Madre Tierra, al este con las parroquias Diez de Agosto y Veracruz y al oeste con la parroquia Shell.

Tabla 51. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE PUYO

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE PUYO	
Fecha de fundación:	12 de mayo de 1899
Protagonistas:	Fray Álvaro Valladares y un grupo de indígenas canelos
Extensión:	87,64 Km ²
Población:	40.211 habitantes (según proyección)
Altitud:	entre 300 y 1.100 m.s.n.m.
Clima:	Cálido húmedo
Temperatura:	Entre los 18 ⁰ y 33 ⁰ C
Principales actividades:	Turismo, agricultura, artesanías, etc.

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pastaza

Elaborado por: Ministerio de Turismo

Ventajas de la localización

- ✓ Las vías de acceso a la ciudad se encuentran en excelentes condiciones, con la apertura de la carretera Baños –Puyo se puede ingresar al oriente en menos tiempo, menos de una hora, los 7 túneles, puentes y el hormigón de la capa de rodadura convierten a esta vía de 60km en una de las mejores construidas técnicamente, el trayecto de los túneles comprende 22km. La culminación de los trabajos y apertura del paso por los túneles significó un impulso económico para Puyo y pueblos ubicados en la vía.
- ✓ La ciudad de Puyo es el mayor centro económico y comercial de la Provincia de Pastaza, alberga grandes organismos financieros y comerciales del país, Puyo usa un pequeño aeropuerto que está situado en Shell a unos diez kilómetros al oeste del Puyo.
- ✓ La ciudad cuenta con todos los servicios básicos requeridos.
- ✓ Al ser una zona lluviosa tropical el clima es agradable para los visitantes.
- ✓ La ciudad cuenta con Hospitales bien equipados, Escuelas, Colegios y Universidades. Existen agencias de viajes, Bancos y Cooperativas de crédito, supermercados entre otros, la ciudad cuenta con la infraestructura para recibir a todo tipo de turistas.

3.1.2 Microlocalización

El terreno se encuentra ubicado en el Barrio Libertad, el tamaño es de 12.500m². Limita con las calles: Ceslao Marín (45 metros), Juan de Velazco (80 metros), el Colegio de Arquitectos y otros.

Ventajas de la localización

- ✓ Es de fácil accesibilidad debido a que se encuentra dentro de la ciudad en una parte central de la misma, la calle Ceslao Marín es muy comercial y transitada.
- ✓ La entrada a la propiedad está revestida de un hermoso bosque de bambú que da la impresión de una pequeña selva dentro de la ciudad.
- ✓ Diagonal al terreno se encuentra ubicado el Parque Acuático Morete Puyo que es uno de los principales atractivos de la ciudad.
- ✓ Muy cerca se encuentra ubicado el terminal terrestre de la ciudad.
- ✓ También está cerca del área comercial de la ciudad, lo que facilita a nuestro segmento de hombre de negocios realizar sus actividades con mayor facilidad.

3.1.3 Estado actual de la propiedad

Entrada



Jardines**Casa destinada a Restaurante**

Piscinas en construcción



Ampliación cocina



Plantación anturios y bosque de bamboo



Área destinada a Salón de Eventos Cancha de usos múltiples
(remodelación)



Pesca deportiva



Elaborado por: María José Páez

3.2 REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS – PRIMERA CATEGORÍA

Para ser un servicio de alojamiento de primera categoría (5 estrellas) se debe cumplir con un puntaje mínimo de 120 puntos.

Tabla 52. REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS - A

PROYECTO DE REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS	
Art. 29.- Requisitos de categorización obligatoria	
REQUISITOS OBLIGATORIOS	
A. ACCESIBILIDAD	
REQUISITO	PUNTAJE
Contar con personal capacitado en atención a personas con discapacidad	4
Contar con senderos para personas con discapacidad. Las superficies deben ser homogéneas, libres de imperfecciones y de características antideslizantes en mojado	5
B. INFRAESTRUCTURA	
Área específica de restaurante	5
Salón de eventos y uso múltiple (capacidad mínima 100 personas)	5
Áreas específicas para niños	5
Jacuzzi o hidromasaje en áreas comunes	3
Área específica para sauna	3
Área específica para baño turco	3
Piscina externa que cumpla los parámetros establecidos en la normativa sanitaria vigente	5
Piscina cubierta que cumpla los parámetros establecidos en la normativa sanitaria vigente	5
Áreas deportivas (mínimo 2)	5
Áreas de entretenimiento y recreación (billar, fútbolín, cine, etc.)	3
Senderos señalizados	2
La recepción del establecimiento debe contar con una sección de mostrador con una altura de 0,7 metros, libre bajo la superficie de apoyo, de forma que permita una correcta aproximación por parte de personas en silla de ruedas	5
C. EQUIPAMIENTO E INSUMOS	
Fax en el área de recepción disponible para uso del huésped	2

Tabla 53. REQUISITOS PARA CATEGORIZACIÓN 5 ESTRELLAS - B

Televisión a color con control remoto	5
Minibar	2
Teléfono en habitaciones	3
Silla de ruedas disponible para uso del huésped	3
Cuna a petición	3
Libreta de notas u hojas membretadas con bolígrafo y/o lápiz	1
Reproductor de video a petición del huésped	1
Proyector disponible para uso del huésped	3
Contar con pasamanos en el interior del establecimiento que permitan la movilización de personas con discapacidad	5
Perchero o gancho para colgar ropa fuera del armario	1
D. SERVICIO	
Televisión con servicio de programación por cable	2
Menú con comida típica	3
E. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	
Programas de voluntariado o pasantías conforme lo dispone la Autoridad Competente	3
Acciones para reducir el uso de plástico y otros materiales no biodegradables	5
Certificado anual de desinfección sanitaria y/o fumigación de todo el establecimiento	5
Política de contratación de personal que promueva la equidad étnica y de género	5
Servicio de seguridad privada que cuente con el permiso de operación de la Autoridad Competente	5
Art. 31 Requisitos distintivos	
REQUISITOS	
Jacuzzi o hidromasaje en habitaciones con categoría superior a la estándar.	4
Cuenta con programas de manejo de desechos (elaboración de abono, reciclaje de plásticos)	4
Ofrecer actividades al huésped que involucren a la Comunidad local	4
Fomenta el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura autóctona de la zona en la que se encuentren y que armonice con el entorno ambiental.	5
Uso de productos biodegradables	5
Al menos el 15% de sus proveedores son microempresas o grupos comunitarios de su entorno local más cercano, moviendo el desarrollo local	5
PUNTAJE TOTAL	142

Fuente: Proyecto de Reglamento de Alojamiento

Elaborado por: María José Páez

La hostería propuesta cumpliría con el puntaje mínimo, en este caso con 142 puntos puede categorizarse dentro de los servicios de alojamiento de primera categoría.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es parte fundamental de todo proyecto que se determine el tamaño de la planta, de esta forma se puede conocer la magnitud de la inversión y los costos para iniciar con el funcionamiento y así determinar la rentabilidad que podría generar la hostería, a continuación se describen las áreas que tendrá la hostería.

Es importante mencionar que se propone dos fases de construcción de la hostería, la primera fase se comenzará con una oferta mínima de alojamiento mientras que para la segunda fase se determinará el comportamiento de la demanda y de esta forma ampliar la capacidad en caso de que sea necesario.

La propuesta para la primera fase del proyecto es tener una participación de mercado del 4,5% de la demanda potencial (ver Tabla 45.Cálculo de la Demanda Potencial), se determinó que la oferta diaria será de 30 personas, por lo que la hostería tendría 12 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

- ✓ Alojamiento

Tabla 54. DISTRIBUCIÓN DE HABITACIONES

DESCRIPCIÓN CABAÑAS	NÚMERO DE HABITACIONES	DETALLE	CAPACIDAD POR HABITACIÓN	CAPACIDAD POR CABAÑA
CABAÑA PRINCIPAL	2	SUIT PRESIDENCIAL	2PAX	4PAX
	HABITACIONES	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	
CABAÑA DE NEGOCIOS	4	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	9PAX
	HABITACIONES	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	
		HABITACIÓN DOBLE	2PAX	
		HABITACIÓN TRIPLE	3PAX	
CABAÑA FAMILIAR	2	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	6PAX
	HABITACIONES	HABITACIÓN CUÁDRUPLE	4PAX	
CABAÑA FAMILIAR	4	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	11PAX
	HABITACIONES	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	
		HABITACIÓN TRIPLE	3PAX	
		HABITACIÓN CUÁDRUPLE	4PAX	

Fuente: Tabla 48 Cálculo de la Demanda Potencial

Elaborado por: María José Páez

En la Tabla 54 se puede observar el número de cabañas, el número de habitaciones por cabaña y la capacidad por habitación y por cabaña, como se mencionó la capacidad de alojamiento de la hostería propuesta será de 30 personas diarias en total.

- ✓ Restaurante: capacidad para 100 personas
- ✓ Salón de eventos: capacidad para 200 personas
- ✓ Sala de estar

- ✓ Lavandería
- ✓ Estacionamientos
- ✓ Exteriores:
 - piscinas, 2 de adultos y 1 de niños
 - Sauna, turco, hidromasaje
 - Cancha múltiple y juegos infantiles
 - Senderos, áreas verdes, jardines
 - Pesca deportiva
- ✓ Bodegas
- ✓ Área Administrativa
 - Administración
 - Coordinador de Eventos
 - Asistente Administrativa
 - Contador

3.4 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA

3.4.1 Cabaña tipo

Tabla 55. DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS

<i>No.</i>	<i>Rubro / Descripción</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio unitario</i>	<i>Precio global</i>
1	Cabañas tipo de 2 o 4 habitaciones	u	1,00	34.200,00	34.200,00
				TOTAL:	34.200,00

**SON :TREINTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS, 00/100 DÓLARES
SIN IVA**

PLAZO TOTAL: 2 MESES

Elaborado por: Tlgo. Wellington Cisneros Tapia

3.4.2 Total requerimiento de infraestructura

Tabla 56. TABLA DE DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS

PROYECTO PARA LA READECUACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA HOSTERIA GARDEN HOUSE					
<i>No.</i>	<i>Rubro / Descripción</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio unitario</i>	<i>Precio global</i>
1	CABAÑA DE 4 HABITACIONES	U	4,00	\$34.200,00	\$136.800,00
2	REMODELACIÓN SALA DE EVENTOS	M2	246,22	\$200,00	\$49.244,00
3	TERMINACIÓN PISCINAS	M2	203,00	\$150,00	\$30.450,00
4	REMODELACIÓN Y ADECUACION RESTAURANTE COCINA	M2	226,54	\$200,00	\$45.308,00
5	REMODELACIÓN Y ADECUACIÓN OFICINAS	M2	76,82	\$200,00	\$15.364,00
6	ADECUACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE RECEPCION	M2	60,00	\$250,00	\$15.000,00
7	ADECUACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PARQUEDEROS	M2	300,00	120,00	\$36.000,00
8	ADECUACIÓN DE SENDEROS	ML	900,00	8,00	\$7.200,00
9	JARDINERÍA	GBL	1,00	12.000,00	\$12.000,00
SUBTOTAL:					\$347.366,00
IVA 12%:					\$41.683,92
TOTAL:					\$389.049,92
SON : TRECIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL TRECIENTOS SESENTA Y SEIS , 00/100 DÓLARES SIN IVA					
PLAZO TOTAL: 6 MESES					

Elaborado por: Tlgo. Wellington Cisneros Tapia

Ver cronograma de actividades Anexo I.

3.5 DISEÑO

Hay que mencionar que se tomó en cuenta en el presupuesto de construcción los acabados con bambú. El diseño de la hostería está inspirado en algunas de las imágenes que se muestran a continuación:

Diseño Sala de Estar**Sala de juegos****Acabados piscinas****Decoración Suit Presidencial****Habitación doble****Habitación matrimonial**

3.6 ASPECTOS AMBIENTALES

Ver Anexo H Matriz de impactos ambientales fase de construcción.

3.6.1 Políticas de sostenibilidad ambiental

- ❖ Conservar los recursos naturales.
- ❖ Reducir al mínimo los desechos y la contaminación.
- ❖ Aumentar la conciencia ambiental entre los asociados, huéspedes y comunidades.
- ❖ Huéspedes “Make a Green Choice”.

4. BASE NORMATIVA Y LEGAL

4.1 NORMATIVA DEL MINISTERIO DE TURISMO

Es importante considerar la normativa para el proyecto, en la Tabla 57 se describe la Ley y los Reglamentos a tomar en cuenta y los artículos más importantes para el estudio:

Tabla 57. NORMATIVA DEL MINISTERIO DE TURISMO

Ley de Turismo	De las categorías	Art.19 Establecimiento de las categorías oficiales
	De los incentivos y beneficios en general	Art.26 Incentivos
Reglamento General de aplicación de la Ley de Turismo	De las actividades Turísticas	Art.42 Actividades turísticas Art. 43 Definición de las actividades de turismo
Reglamento General de Actividades Turísticas	Hostería, refugios, moteles y cabañas	Art. 23 Hostería
	Hostería, refugios, moteles y cabañas CAPITULO II	Art. 27 Hostería, refugios, moteles y cabañas de 3 estrellas Disposiciones Generales
Proyecto de Reglamento de Alojamiento	CAPÍTULO IV CAPÍTULO V SECCION II	Art. 6 Derechos y obligaciones de los huéspedes Art. 7 Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico Art. 18 Del puntaje de categorización Art. 21 Requisitos Obligatorios De los requisitos de categorización obligatoria.

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: María José Páez

4.1.1 Requisitos y formalidades para el registro

Ver Formularios Anexo D y E

4.1.1.1 Contribución del uno por mil

Es una contribución anual que deben realizar todos prestadores de servicios turísticos de los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, conforme se establece en la ley de Turismo.

Ver Anexo F.

4.1.1.2 Requisitos:

1. Por primera vez se cancela a través de un inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), que conforman el establecimiento y debe presentar original y 3 copias del formulario diseñado para el efecto, firmado por el propietario o representante del establecimiento y original y dos copias del depósito.

2. A partir del segundo año de funcionamiento, debe realizar el pago del 1 x 1000 con base a la declaración del impuesto a la renta del año inmediatamente anterior al de pago, el formulario debe ser llenado con letra clara de imprenta y firmado por el propietario o representante del establecimiento, número de cédula de ciudadanía y firma.
3. Para personas naturales: formulario 102 a (declaración de impuesto a la renta personas naturales y sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad), esto únicamente para efecto de control, deberá presentar, adicionalmente fotocopia del ruc de no estar obligado a llevar contabilidad.
4. Para personas jurídicas: formulario 101 (declaración del impuesto a la renta y presentación de balances formulario-único sociedades), presentar el original y adjuntar una copia clara del mismo, de este formulario se utiliza los datos del activo fijo.
5. Se debe realizar el pago en los bancos: Pichincha, Cuenta Corriente# 3056328804 o Pacífico, Cuenta Corriente # 5750415, denominado FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.
6. El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de julio de cada año. vencido este plazo, el contribuyente pagará un interés.

4.1.2 Requisitos de categorización obligatoria

Tabla 58. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN OBLIGATORIA - A

Sección 2 De los requisitos de categorización obligatoria
Art. 29.- Requisitos de categorización obligatoria
REQUISITOS OBLIGATORIOS
ACCESIBILIDAD
1. Contar con ingresos diferenciados para personal/proveedores y para huéspedes.
2. Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad Competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento. Al menos el 2% del total de habitaciones. Al menos una habitación
3. Contar con un sistema diseñado específicamente para personas con discapacidad (sistemas de comunicación, ayudas técnicas o tecnológicas), para lo cual se observará lo previsto en la normativa pertinente.
INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES
6. Contar con sistemas de almacenamiento de agua para uso del establecimiento (cisterna, tanque elevado, entre otros)
7. Contar con áreas de uso exclusivo del personal (áreas de aseo, áreas de almacenamiento de artículos personales, áreas de comedor y áreas administrativas).
8. Contar con áreas de uso exclusivo del personal con discapacidad que al menos incluya ayudas técnicas en baños o duchas.
9. Contar con materiales o elementos de construcción para el aislamiento acústico de habitaciones, principalmente de aquellas ubicadas en áreas públicas y calles transitadas de zonas pobladas.
10. Contar con bodegas o áreas destinadas al encargo de equipaje.
11. Contar con habitaciones de categoría superior a la habitación estándar.
12. Contar con una sala de estar independiente del área de recepción o recibimiento (vestíbulo)
13. Contar con un sistema de calentamiento de agua que abastezca a todo el establecimiento
14. Contar con un área de mantenimiento y reparación del equipamiento del establecimiento
EQUIPAMIENTO E INSUMOS
15. Contar con mobiliario para el descanso y/o espera, en el área de recepción
16. Sistema de energía suplementario (generador eléctrico)
17. Contar con el equipamiento de baño en habitaciones privadas según su categoría:
Repisa para toallas
Toallas para pies
Espejo flexible de aumento
Luz sobre espejo
Secador de cabello
Zapatillas de baño
Pañuelos desechables
Acondicionador
Amenidades de cortesía (al menos dos)

Tabla 59. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN OBLIGATORIA - B

Barra de apoyo en ducha
18. Contar con el siguiente equipamiento de habitaciones
20. En los servicios higiénicos ubicados en áreas comunes se deberá adicionar a los insumos base los siguientes:
Dispositivo para ahorro de agua en lavamanos
Dispositivo de ahorro de energía
SERVICIOS
21. Contar con áreas específicas para la carga y descarga de pasajeros, diferentes del área de servicio.
22. Facilitar el servicio de recepción de correspondencia
23. Proveer el servicio de estacionamiento propio o facilitar dicho servicio para sus huéspedes, bajo condiciones de seguridad
24. Servicio de despertador desde la recepción hacia las habitaciones
25. Coche y/o personal para el traslado del equipaje dentro del establecimiento
26. Proveer el servicio de llamadas internacionales:
27. Brindar el servicio de lavandería en agua y planchado propio o contratado
28. Ofertar el servicio de alimentos y bebidas
29. Ofertar el servicio de alimentos a la habitación:
30. Ubicar una estación de bebidas sin costo ofrecidas al huésped en la recepción o sala de estar:
31. Brindar el servicio de internet en áreas comunes:
32. Brindar el servicio de internet en habitaciones:
33. Ofertar bebidas y snacks en la habitación:
34. Servicio de recepción:
35. Brindar el servicio de traslado del huésped desde el establecimiento a puertos o aeropuertos y viceversa
GESTIÓN ADMINISTRATIVA
36. Contar con formas de pago que incluyan tarjeta de crédito y/o débito
37. Brindar el servicio de reserva en línea
38. Contar con un sistema de comunicación interna para uso del personal (teléfonos celulares, radios portátiles, entre otros)
SEGURIDAD
39. Ofertar el servicio de portería
40. Brindar el servicio de custodia de objetos de valor
41. Póliza de responsabilidad civil y contra terceros

Fuente: Proyecto de Reglamento de Alojamiento

Elaborado por: María José Páez

4.2 BASE LEGAL

4.2.1 Definición de la Figura Legal

La Hostería propuesta sería constituida como una Sociedad Anónima, en la cual el capital está dividido en acciones negociables y los socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. La denominación deberá contener las palabras “compañía anónima”, “sociedad anónima” o sus siglas correspondientes.

La razón social de la empresa será “HOSTERÍA GARDEN HOUSE S.A”. De nacionalidad ecuatoriana y su domicilio será en la Provincia de Pastaza, ciudad de Puyo.

Estará conformada por 5 socios.

Características:

- Se requiere de al menos dos socios o accionistas para ser constituida
- El capital está integrado con los aportes de los accionistas.

- El monto mínimo determinado por la Superintendencia de Compañías es de USD \$800,00. El capital debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.
- En caso de que alguna aportación no fuere en numerario, en la escritura constará la aportación.
- Las acciones serán nominativas.
- El certificado provisional y las acciones darán derecho al titular o accionistas a percibir dividendos en proporción a la parte pagada del capital suscrito a la fecha del balance.
- Será administrada por la Junta General de Accionistas.

4.2.2 Ley orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector

Societario y Bursátil

4.2.2.1 De las reformas a la Ley de Compañías

Entre las modificaciones introducidas a esta Ley, están las siguientes:

- ❖ **Objeto social de sociedades:** Las compañías deben tener un objeto social con *una sola actividad empresarial*, la cual podrá comprender el desarrollo de varias etapas o fases, vinculadas entre sí o complementarias a dicha actividad, siempre que se encuadre en una sola clasificación económica, por ejemplo:

farmacéutica, naviera, agrícola, constructora, inmobiliaria, comercialización de mercancías de determinada rama de la producción, comercialización o distribución de productos de consumo masivo, tenencia de acciones, prestación de una clase determinada de servicios, entre otras.

Las compañías no podrán ejecutar ni celebrar actos o contratos que no estén directamente relacionados con su objeto social, salvo los que ocasional o aisladamente pudieran realizarse con fines de inversión, investigación o experimentación, o como contribuciones razonables de orden cívico o de carácter social.

❖ **Constitución de sociedades:** Las compañías existen y adquieren personalidad jurídica a partir de la inscripción de la escritura pública de constitución en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal. No obstante, sólo podrán operar a partir de la obtención del RUC. La constitución de sociedades, salvo la sucesiva, no requerirá de aprobación previa de la Superintendencia de Compañías y Valores, bastará con presentar tres copias notariales de la escritura pública al Registrador Mercantil, en la que adicional a los requisitos generales, deberá constar lo siguiente:

- Indicación de lo que cada socio o accionista suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado, así como la declaración juramentada de los socios fundadores que depositarán el capital pagado en una institución bancaria. No será necesaria la apertura de una cuenta de integración de capital. En este caso, el control de la Superintendencia de Compañías y Valores será posterior al acto de constitución.
- Designación de los primeros administradores, con capacidad de representación legal de la compañía. Se adjuntará los respectivos nombramientos para su inscripción y registro.
- En caso que una sociedad extranjera intervenga en la constitución de una sociedad local, se agregará una certificación apostillada que acredite la existencia legal de dicha sociedad en su país de origen; y, una lista completa y apostillada de todos sus miembros o socios, hasta identificar a la persona natural final.

La constitución y registro de sociedades también podrá realizarse mediante un proceso simplificado vía electrónica.

Para el efecto, hasta junio 19 de 2014, la Superintendencia de Compañías y Valores emitirá la Resolución que reglamente dicho proceso. (FIDESBURÓ, 2014)

4.2.3 Del proceso simplificado de constitución y registro de compañías por vía electrónica

En el Suplemento del Registro Oficial No.278, de junio 30 de 2014, se publicó la Resolución SCV-DSC-G-14-008, emitida por la Superintendente de Compañías y Valores, mediante la cual se expide el Reglamento para el proceso simplificado de constitución y registro de compañías por vía electrónica.

1.- Ámbito: El procedimiento simplificado vía electrónica aplicará para la constitución y registro de compañías cuyo capital sea pagado únicamente en numerario y que no sean parte del mercado de valores.

2.- Procedimiento.- Para el proceso simplificado de constitución y registro de compañías por vía electrónica deberá observarse lo siguiente:

a) Los accionistas o socios fundadores (usuario solicitante) ingresan al portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores (www.supercias.gob.ec), con su usuario y clave, seleccionan la reserva de dominio aprobada; completan el formulario de constitución de compañía; adjuntan los documentos habilitantes descritos en el Anexo 1 de la Resolución SCV-DSC-G-14-008; y, seleccionan la Notaría de su preferencia del listado de notarías activas.

b) La Superintendencia de Compañías y Valores asigna un número de trámite; genera la proforma única con los valores por servicios registrales; y, notifica mediante correo electrónico al usuario solicitante, indicando la institución bancaria donde se realizará el pago.

c) Una vez realizado el pago, el Notario revisa que la información ingresada en el sistema coincida con los documentos habilitantes. De haber observaciones se las notifica al usuario solicitante, caso contrario se notifica la fecha y hora de cita para firmar la escritura de constitución y nombramientos.

- d) Los accionistas o socios y administradores firman la escritura y nombramientos, respectivamente. El Notario se encarga de desmaterializarlos y los carga en el sistema con su firma electrónica.
- e) Se notifica mediante correo electrónico al usuario solicitante sobre la generación de la escritura y nombramientos; y, se remite dicha información al Registro Mercantil del domicilio social de la compañía.
- f) Registro Mercantil procede con la inscripción de los documentos y notifica a la Superintendencia de Compañías y Valores.
- g) La Superintendencia de Compañías y Valores notifica al Municipio respectivo; genera un número de expediente para la compañía; y, remite la información de la compañía al Servicio de Rentas Internas.
- h) El Servicio de Rentas Internas valida la información y genera el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- i) La Superintendencia de Compañías y Valores notifica al usuario solicitante la finalización del trámite.

Las compañías que no se adecuan al proceso simplificado de constitución y registro por vía electrónica, continuarán con el proceso de constitución como lo establece la Ley de Compañías.

3.- Control posterior: La Superintendencia de Compañías y Valores, a través del Registro de Sociedades, incorporará a la base de datos la información de la compañía, la cual servirá para realizar el control posterior.

La compañía constituida deberá presentar a la Superintendencia de Compañías y Valores, en el plazo 30 días posteriores a la inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil, los documentos aplicables que justifiquen la correcta integración del capital social; siendo estos, el estado de situación financiera inicial, el comprobante de depósito y asiento de diario en la modalidad prevista para el efecto. (FIDESBURÓ, 2014)

4.2.4 Requisitos de Funcionamiento

Para poder funcionar legalmente se debe cumplir con todos los permisos, tasas, contribuciones y otras obligaciones de los establecimientos de alojamiento que se describen a continuación:

Tabla 60. OBLIGACIONES ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

PERMISOS	A QUIÉN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIÉN DEBE PAGAR
Registro de Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio de Turismo/ Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio de Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio de Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	A QUIÉN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIÉN DEBE PAGAR
Declaración del Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Impuesto a la Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Julio / Septiembre	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente-Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales -ICE	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA/ICE/RENTA)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales
OBLIGACIONES PATRONALES	A QUIÉN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIÉN DEBE PAGAR
Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13vo. Sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a Empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10% por Servicio	IESS	Mensual	Hoteles y Rest. 5 y 4*
Presentar Planilla de pago 10% por servicio	Empleados	13ero/14to/Utili	Hoteles y Rest. 5 y 4*
Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina	Inspectorías de trabajo	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
Tener dispensador de preservativos	Ministerio de Salud	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES	A QUIÉN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIÉN DEBE PAGAR
Contribución 1xmil a los activos fijos (FMPTE)	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1xmil activos reales	Superintendencia de Compañías	Anual	P. Jurídicas
Presentar balances	Superintendencia de Compañías	Anual	P. Jurídicas
Impuesto a los Activos Totales (1,5 x mil)	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de Vehículos	Jefaturas de tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos autores y compositores (SAYCE)	SAYCE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos productores de fonograma (SOPROFON)	SOPROFON	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Electrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes estadísticos	Ministerio de Turismo	Diario	P. Naturales y Jurídicas
Reportes de Huéspedes	Varias instituciones	Ocasional	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto a los Espectáculos Públicos	Municipios	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

Fuente: AHOTEC – FEDERACIÓN HOTELERA DEL ECUADOR**Elaborado por:** María José Páez

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo tiene la finalidad de estudiar las inversiones a realizarse en el proyecto, en este caso: la maquinaria, equipo de computación, equipo de oficina, patentes, licencias y otros recursos financieros que el proyecto debe adquirir con el objetivo de cumplir con su funcionalidad o rol de negocio.

En un estudio financiero debe cuantificarse el monto total a invertirse, la manera cómo va a financiarse, los egresos que se incurrirán y los ingresos que genera el proyecto durante su vida útil. Adicional a esto, se debe estructurar los diferentes estados financieros para determinar la rentabilidad y liquidez de la empresa. Se aplicarán índices financieros para sustentar la viabilidad financiera del proyecto como son el VAN, TIR, R B/C, PRI, etc.

5.1 INVERSIONES TOTALES

Las inversiones totales se deducen de cuantificar los activos fijos o activos tangibles, los activos diferidos o activos intangibles y el activo corriente que es el efectivo con el cual la empresa debe disponer para cubrir obligaciones también

llamado capital de trabajo. La inversión que implica la puesta en marcha de la Hostería es de \$525.000,00 dólares, la cual debe ser financiada a través de recursos propios, ajenos o mixtos.

Tabla 61. INVERSIÓN TOTAL

INVERSION TOTAL	VALOR
Activos Fijos	\$ 490.561,52
Gastos de Constitución	\$ 3.213,96
Capital de Trabajo	\$ 31.224,52
TOTAL INVERSIÓN	\$ 525.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.1 Activos Fijos

Los activos fijos son bienes con los que empieza el funcionamiento la empresa que no son objetos de comercialización, como activos fijos se conoce a la maquinaria, los muebles y enseres, equipos, etc., que la empresa utiliza para poder fabricar el bien a venderse o prestarse el servicio. Los activos fijos que la hostería propuesta necesita están los siguientes:

Tabla 62. ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	\$ 389.049,92
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 29.542,60
EQUIPO DE OFICINA	\$ 10.360,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 4.600,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 37.009,00
VEHÍCULO	\$ 20.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 490.561,52

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

El monto a invertirse en activos fijos es de \$490.561,52 dólares; el valor más representativo en esta inversión es en las construcciones e instalaciones que es un monto que llega a \$389.049,92 dólares (Ver Tabla 62), a este valor le sigue los muebles y enseres con \$37.009,00 dólares, luego está la maquinaria y equipo con \$29.542,60, luego están los \$20.000,00 del vehículo, luego los \$10.360,00 del equipo de oficina y por último está el equipo de cómputo con \$4.600,00 dólares.

5.1.1.1 Maquinaria y Equipo

Son todos los equipos que se adquirirán para tanto para la cocina, las habitaciones, lavandería, áreas exteriores, etc. El monto en maquinaria y equipo a invertirse es de \$29.542,60 dólares, presentados a continuación.

Tabla 63. MAQUINARIA Y EQUIPO - A

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PRODUCCIÓN			
RESTAURANTE			
Lavaplatos: 2 pozos	1	\$ 1.294,00	\$ 1.294,00
Cocina Industrial: 5 quemadores, 2 canastillas, una plancha, un horno sami-industrial	1	\$ 2.352,00	\$ 2.352,00
Estantería acero inoxidable	1	\$ 369,60	\$ 369,60
Armario mixto 2 cuerpos	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Parrilla a gas	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Vitrina Frigorífica	1	\$ 776,00	\$ 776,00
Licadoras industriales (6 litros y 10 litros)	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Batidora	1	\$ 86,00	\$ 86,00
Microondas	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Cilindro de gas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
SUBTOTAL COCINA			\$ 9.537,60
EQUIPAMIENTO HABITACIONES			
Jacuzzi	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Caja fuerte	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Aire Acondicionado	7	\$ 500,00	\$ 3.500,00
Minibar	7	\$ 230,00	\$ 1.610,00
Secador de cabello	12	\$ 59,00	\$ 708,00
SUBTOTAL HABITACIONES			\$ 7.118,00
EQUIPAMIENTO EXTERIORES			
Hidromasaje	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
SUBTOTAL EXTERIORES			\$ 1.200,00
EQUIPAMIENTO SALON DE EVENTOS			
Caja acústica	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Parlantes cielo raso	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Proyector	1	\$ 176,00	\$ 176,00
Micrófonos	3	\$ 28,00	\$ 84,00
Sistema de Sonido	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
SUBTOTAL RESTAURANTE Y SALON			\$ 1.940,00

Tabla 64. MAQUINARIA Y EQUIPO - B

EQUIPAMIENTO CUARTO DE LAVADO			
Lavadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Secadora	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Planchas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
SUBTOTAL LAVANDERÍA			\$ 1.450,00
ADMINISTRATIVA			
EXTRAS			
Generador eléctrico	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Reproductores de video	2	\$ 96,00	\$ 192,00
SUBTOTAL EXTRAS			\$ 7.192,00
SEGURIDAD			
Cámaras de seguridad (2 áreas comunes)	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Oxígeno	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Extintor 10 litros	3	\$ 25,00	\$ 75,00
SUBTOTAL SEGURIDAD			\$ 1.105,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 29.542,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.1.2 Equipo de Oficina

El equipo de oficina se refiere a todos los activos con los cuales la hostería puede gestionar sus servicios, como puede ser teléfono, caja registradora, calculadora, fax, etc., en cada área, de servicio y administrativa.

Tabla 65. EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PRODUCCIÓN			
ALOJAMIENTO			
Televisión a control remoto	12	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Teléfono	12	\$ 35,00	\$ 420,00
SUBTOTAL ALOJAMIENTO			\$ 8.820,00
RESTAURANTE			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Calculadora	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Caja Registradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
SUBTOTAL RESTAURANTE			\$ 736,00
SALÓN DE EVENTOS			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Calculadora	1	\$ 6,00	\$ 6,00
SUBTOTAL SALON EVENTOS			\$ 36,00
LAVANDERÍA			
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
SUBTOTAL LAVANDERÍA			\$ 30,00
AREA ADMINISTRATIVA			
ADMINISTRACIÓN			
Teléfonos	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Fax	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Calculadora	2	\$ 6,00	\$ 12,00
SUBTOTAL OFICINAS			\$ 222,00
RECEPCION			
Central telefónica	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Teléfonos	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Fax	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Calculadora	1	\$ 6,00	\$ 6,00
SUBTOTAL RECEPCIÓN			\$ 516,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$ 10.360,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.1.3 Equipo de Computación

Se adquiere con la finalidad de gestionar la documentación virtual de la empresa, en este rubro se incluye el equipo de impresión.

Tabla 66. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PRODUCCIÓN			
SALON DE EVENTOS			
Computadora i7	1	\$ 700,00	\$ 700,00
SUBTOTAL SALON DE EVENTOS			\$ 700,00
ADMINISTRATIVA			
RECEPCION			
Computadora	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora multifunción tinta continua	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SUBTOTAL RECEPCIÓN			\$ 1.600,00
ADMINISTRACIÓN			
Computadora	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
Impresora multifunción tinta continua	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN			\$ 2.300,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			\$ 4.600,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.1.4 Muebles y enseres

Entre los muebles se encuentran las camas que se adquirirán para brindar el servicio de alojamiento, las sillas y mesas para el restaurante y salón de eventos, entre otros activos las sillas ergonómicas, escritorios, etc.

Tabla 67. MUEBLES Y ENSERES - A

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	TOTAL
PRODUCCIÓN			
HABITACIONES			
Cama King Size 2mx2m	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Camas Queen Size	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Camas (1,00 x 2,00)	22	\$ 200,00	\$ 4.400,00
Colchón Suit Presidencial cama KING SIZE 2mx2m Paraíso Anti Ácaros	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Colchón Habitaciones matrimoniales cama Queen Size Paraíso de Lujo	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Colchón habitaciones dobles, triples, cuádruples, camas (1,00 x 2,00) Paraíso Aniversario Semi ortopédico	22	\$ 110,00	\$ 2.420,00
Velador/mesa de noche	22	\$ 65,00	\$ 1.430,00
Silla	26	\$ 35,00	\$ 910,00
Mesa/Escritorio	7	\$ 90,00	\$ 630,00
Espejo de cuerpo entero	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Sillón y/o asiento de descanso, sofá, sofá cama	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Portaequipaje	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Clóset	12	\$ 350,00	\$ 4.200,00
SUBTOTAL HABITACIONES			\$ 19.070,00
RESTAURANTE			
Sillas	100	\$ 35,00	\$ 3.500,00
Taburetes	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Mesas	20	\$ 80,00	\$ 1.600,00
SUBTOTAL RESTAURANTE			\$ 5.250,00

Tabla 68. MUEBLES Y ENSERES - B

SALÓN DE EVENTOS			
Sillas	120	\$ 35,00	\$ 4.200,00
Mesas	30	\$ 80,00	\$ 2.400,00
SUBTOTAL SALÓN DE EVENTOS			\$ 6.600,00
LAVANDERÍA			
Escritorio	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sillas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Mesas de planchado	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Repisas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
SUBTOTAL LAVANDERÍA			\$ 330,00
SALA DE JUEGOS			
Mesa de billar	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Futbolín	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mesa de pin pong	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SUBTOTAL SALA DE JUEGOS			\$ 1.500,00
ADMINISTRATIVA			
RECEPCIÓN			
Escritorio	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Silla giratoria	3	\$ 47,00	\$ 141,00
Archivador	2	\$ 90,00	\$ 180,00
SUBTOTAL RECEPCIÓN			\$ 481,00
SALA DE ESTAR			
Sala completa	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
SUBTOTAL SALA DE ESTAR			\$ 1.200,00
AREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Sofá de dos cuerpos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Silla giratoria	4	\$ 47,00	\$ 188,00
Archivador	3	\$ 90,00	\$ 270,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			\$ 1.558,00
EXTERIORES			
Bancas para jardín	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Mesas	5	\$ 40,00	\$ 200,00
SUBTOTAL EXTERIORES			\$ 700,00
EXTRAS			
Silla de ruedas	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Cuna	1	\$ 150,00	\$ 150,00
SUBTOTAL EXTRAS			\$ 320,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 37.009,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

El vehículo que se adquirirá es para la movilización del personal para la compra de materia prima, suministros, insumos, etc., hasta la hostería.

Tabla 69. VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Van 12 Asientos	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
TOTAL VEHÍCULO			\$ 20.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.1.6 Depreciación de Activos

La depreciación es el pago que se realiza del activo fijo o tangible por la vía fiscal, la depreciación se contabiliza como un egreso realizado no en efectivo sino para efectos de impuestos ya que cuanto más alto sea el valor de la depreciación, menor será el impuesto a pagar. La depreciación es el desgaste que tienen los activos por el uso que se les da en la fabricación del bien o prestación del servicio.

Tabla 70. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**DEPRECIACIONES EN PRODUCCIÓN**

ACTIVOS	VALOR EN LIBROS AÑO 0	VIDA ÚTIL	DEPRE. ANUAL	VALOR EN LIBROS AÑO 1	VALOR EN LIBROS AÑO 2	VALOR EN LIBROS AÑO 3	VALOR EN LIBROS AÑO 4	VALOR EN LIBROS AÑO 5
CONSTRUCCIONES	\$ 355.042,24	20 años	\$ 17.752,11	\$ 337.290,13	\$ 319.538,02	\$ 301.785,90	\$ 284.033,79	\$ 266.281,68
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 21.245,60	10 años	\$ 2.124,56	\$ 19.121,04	\$ 16.996,48	\$ 14.871,92	\$ 12.747,36	\$ 10.622,80
EQUIPO DE OFICINA	\$ 9.622,00	10 años	\$ 962,20	\$ 8.659,80	\$ 7.697,60	\$ 6.735,40	\$ 5.773,20	\$ 4.811,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 700,00	3 años	\$ 233,33	\$ 466,67	\$ 233,33	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	\$ 32.750,00	10 años	\$ 3.275,00	\$ 29.475,00	\$ 26.200,00	\$ 22.925,00	\$ 19.650,00	\$ 16.375,00
TOTAL	\$ 419.359,84		\$ 24.347,21	\$ 395.012,63	\$ 370.665,43	\$ 346.318,22	\$ 322.204,35	\$ 298.090,48

DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS

ACTIVOS	VALOR EN LIBROS AÑO 0	VIDA ÚTIL	DEPRE. ANUAL	VALOR EN LIBROS AÑO 1	VALOR EN LIBROS AÑO 2	VALOR EN LIBROS AÑO 3	VALOR EN LIBROS AÑO 4	VALOR EN LIBROS AÑO 5
CONSTRUCCIONES	\$ 34.007,68	20 años	\$ 1.700,38	\$ 32.307,30	\$ 30.606,91	\$ 28.906,53	\$ 27.206,14	\$ 25.505,76
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 8.297,00	10 años	\$ 829,70	\$ 7.467,30	\$ 6.637,60	\$ 5.807,90	\$ 4.978,20	\$ 4.148,50
EQUIPO DE OFICINA	\$ 738,00	10 años	\$ 73,80	\$ 664,20	\$ 590,40	\$ 516,60	\$ 442,80	\$ 369,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 3.900,00	3 años	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00	\$ 1.300,00	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.259,00	10 años	\$ 425,90	\$ 3.833,10	\$ 3.407,20	\$ 2.981,30	\$ 2.555,40	\$ 2.129,50
VEHÍCULO	\$ 20.000,00	5 años	\$ 4.000,00	\$ 16.000,00	\$ 12.000,00	\$ 8.000,00	\$ 4.000,00	\$ -
TOTAL	\$ 71.201,68		\$ 8.329,78	\$ 62.871,90	\$ 54.542,11	\$ 46.212,33	\$ 39.182,54	\$ 32.152,76

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez**5.1.2 Gastos de Constitución**

Los gastos de constitución son todos aquellos bienes que la empresa debe adquirir para poder ponerse en marcha con la prestación de servicios o fabricar los productos. Estos activos son sujetos de amortizaciones que de acuerdo a las NIIF se amortizan en el primer año de funcionamiento de la empresa.

Tabla 71. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Contribución 1 por MIL	\$ 38,90
LUAE	\$ 100,56
Gastos de Constitución	\$ 474,50
Marca	\$ 150,00
Presupuesto de Construcción	\$ 500,00
Asesoría Técnica	\$ 300,00
Dominio Página Web	\$ 450,00
Estudio Ambiental y de Factibilidad	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 3.213,96

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Los gastos de constitución 3.213,96 dólares incurridos en los activos como son: Contribución del 1 por mil de la construcción del proyecto; la licencia LUAE de funcionamiento, los gastos de constitución, marca, presupuesto de construcción, asesoría técnica, dominio de página web, estudio ambiental y de factibilidad, etc. Según nuevas normas ya no se amortizan sino se pagan en el primer año.

5.1.2.1 Amortización de Intangibles

Tabla 72. AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL
Contribución 1XMIL	\$ 38,90	1 año	\$ 38,90
LUAF	\$ 100,56	1 año	\$ 100,56
Gastos de Constitución	\$ 474,50	1 año	\$ 474,50
Marca	\$ 150,00	1 año	\$ 150,00
Presupuesto de Construcción	\$ 500,00	1 año	\$ 500,00
Asesoría Técnica	\$ 300,00	1 año	\$ 300,00
Dominio Página Web	\$ 450,00	1 año	\$ 450,00
Estudio Ambiental y de Factibilidad	\$ 1.200,00	1 año	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 3.213,96		\$ 3.213,96

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.1.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el dinero necesario que la empresa necesita para poder cubrir sus costos y gastos durante el tiempo en que no se tiene ingresos. Existen dos métodos por los cuales se puede determinar el monto del capital de trabajo como son:

Método Contable: Que consiste en determinar el capital de trabajo considerando el monto mensual de egresos que se debe realizar por pago

de arriendos, pago de sueldos y salarios, pago de servicios básicos, etc.; este método es utilizado por empresas que trabajan el año comercial, es decir de 360 días al año.

Método de Desfase: Este método consiste en determinar el capital de trabajo necesario para cubrir sus obligaciones durante el tiempo en el cual el proyecto no tiene ingresos por las ventas de sus productos; este método es muy utilizado para empresas que trabajan todos los días del año, es decir año ordinario.

Para el presente proyecto se utilizará el método de desfase ya que con la hostería se trabajará todos los días del año. La fórmula de este método es la siguiente:

$$CT = \frac{\text{Costos y Gastos Totales} - (\text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones})}{365 \text{ días}} * \text{días desfase}$$

Para poder determinar el capital de trabajo por este método es necesario calcular los costos y gastos totales anuales y aplicar la fórmula. En el numeral 5.3 se establecen los costos y gastos de producción y comercialización del servicio, mismos que ascienden a un total de 353.909,24 dólares, de estos las depreciaciones y amortizaciones ascienden a un monto de 35.890,95 dólares.

$$CT = \frac{353.909,24 - 35.890,95}{365 \text{ días}} * 30 \text{ días}$$

$$CT = 26.138,49 \text{ dólares}$$

El capital de trabajo determinado es de \$26.138,49 dólares, pero con la finalidad de garantizar la liquidez total de la empresa y cobertura de obligaciones importantes como arriendos y compra de materia prima mensual se considerará un valor de \$5.086 dólares adicionales, quedando un capital de trabajo de \$31.224,52 dólares.

5.2 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es la cobertura que se debe realizar del monto a invertirse. Se puede financiar con recursos propios que son los aportes de los socios o dueños del proyecto, y también con recursos ajenos que son los préstamos que se solicita a las entidades financieras como bancos, cooperativas, etc.

La hostería se ha planificado financiarla a través de recursos propios y también con recursos ajenos dado el monto elevado a invertirse; los recursos propios lo aportarán tres socios que es el 48% y la diferencia del 52% se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 10% y a pagarse a un plazo de 5 años.

Tabla 73.FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FUENTE	APORTACIÓN	%
<i>RECURSOS PROPIOS</i>	\$ 250.000,00	48%
Aporte socio 1	\$ 50.000,00	
Aporte socio 2	\$ 50.000,00	
Aporte socio 3	\$ 50.000,00	
Aporte socio 4	\$ 50.000,00	
Aporte socio 5	\$ 50.000,00	
<i>RECURSOS AJENOS</i>	\$ 275.000,00	52%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 525.000,00	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

La cuota fija será pagadera mensualmente en cantidades iguales que incluye el interés más la cuota de capital amortizada. La fórmula con la cual se ha calculado la cuota fija a pagarse es la siguiente:

$$CF = \frac{C * i * (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Dónde:

CF = La cuota fija a pagarse mensualmente

i = Tasa de interés del banco

n = Es el número de periodos o pagos a realizarse hasta amortizar totalmente la deuda.

DATOS:

C = 275.000

$i = 10\% \text{ anual} = 0,8333\% \text{ mensual}$

$n = 5 \text{ años} = 60 \text{ pagos}$

$$CF = \frac{275.000 * 10\%/12 * (1 + 10\%/12)^{60}}{(1 + 10\%/12)^{60} - 1}$$

$$CF = 5.842,94$$

La cuota a pagarse mensualmente a la Corporación Financiera Nacional es de 5.842,94 dólares, que al cabo del mes doce del año quinto debe amortizarse totalmente la deuda quedando un saldo adeudado de cero. A continuación se presenta la tabla de amortización mensual a pagarse.

Tabla 74. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA - A

MES	DEUDA	INTERES	CAPITAL	CUOTAS	SALDO
	\$ 275.000,00				\$ 275.000,00
1	\$ 275.000,00	\$ 2.291,67	\$ 3.551,27	\$ 5.842,94	\$ 271.448,73
2	\$ 271.448,73	\$ 2.262,07	\$ 3.580,86	\$ 5.842,94	\$ 267.867,86
3	\$ 267.867,86	\$ 2.232,23	\$ 3.610,71	\$ 5.842,94	\$ 264.257,16
4	\$ 264.257,16	\$ 2.202,14	\$ 3.640,79	\$ 5.842,94	\$ 260.616,37
5	\$ 260.616,37	\$ 2.171,80	\$ 3.671,13	\$ 5.842,94	\$ 256.945,23
6	\$ 256.945,23	\$ 2.141,21	\$ 3.701,73	\$ 5.842,94	\$ 253.243,50
7	\$ 253.243,50	\$ 2.110,36	\$ 3.732,57	\$ 5.842,94	\$ 249.510,93
8	\$ 249.510,93	\$ 2.079,26	\$ 3.763,68	\$ 5.842,94	\$ 245.747,25
9	\$ 245.747,25	\$ 2.047,89	\$ 3.795,04	\$ 5.842,94	\$ 241.952,21
10	\$ 241.952,21	\$ 2.016,27	\$ 3.826,67	\$ 5.842,94	\$ 238.125,54
11	\$ 238.125,54	\$ 1.984,38	\$ 3.858,56	\$ 5.842,94	\$ 234.266,98
12	\$ 234.266,98	\$ 1.952,22	\$ 3.890,71	\$ 5.842,94	\$ 230.376,27
13	\$ 230.376,27	\$ 1.919,80	\$ 3.923,14	\$ 5.842,94	\$ 226.453,13
14	\$ 226.453,13	\$ 1.887,11	\$ 3.955,83	\$ 5.842,94	\$ 222.497,30
15	\$ 222.497,30	\$ 1.854,14	\$ 3.988,79	\$ 5.842,94	\$ 218.508,51
16	\$ 218.508,51	\$ 1.820,90	\$ 4.022,03	\$ 5.842,94	\$ 214.486,48
17	\$ 214.486,48	\$ 1.787,39	\$ 4.055,55	\$ 5.842,94	\$ 210.430,93
18	\$ 210.430,93	\$ 1.753,59	\$ 4.089,35	\$ 5.842,94	\$ 206.341,58
19	\$ 206.341,58	\$ 1.719,51	\$ 4.123,42	\$ 5.842,94	\$ 202.218,16
20	\$ 202.218,16	\$ 1.685,15	\$ 4.157,79	\$ 5.842,94	\$ 198.060,37
21	\$ 198.060,37	\$ 1.650,50	\$ 4.192,43	\$ 5.842,94	\$ 193.867,94
22	\$ 193.867,94	\$ 1.615,57	\$ 4.227,37	\$ 5.842,94	\$ 189.640,57

Tabla 75. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA - B

23	\$	189.640,57	\$	1.580,34	\$	4.262,60	\$	5.842,94	\$	185.377,97
24	\$	185.377,97	\$	1.544,82	\$	4.298,12	\$	5.842,94	\$	181.079,85
25	\$	181.079,85	\$	1.509,00	\$	4.333,94	\$	5.842,94	\$	176.745,91
26	\$	176.745,91	\$	1.472,88	\$	4.370,05	\$	5.842,94	\$	172.375,85
27	\$	172.375,85	\$	1.436,47	\$	4.406,47	\$	5.842,94	\$	167.969,38
28	\$	167.969,38	\$	1.399,74	\$	4.443,19	\$	5.842,94	\$	163.526,19
29	\$	163.526,19	\$	1.362,72	\$	4.480,22	\$	5.842,94	\$	159.045,97
30	\$	159.045,97	\$	1.325,38	\$	4.517,55	\$	5.842,94	\$	154.528,42
31	\$	154.528,42	\$	1.287,74	\$	4.555,20	\$	5.842,94	\$	149.973,21
32	\$	149.973,21	\$	1.249,78	\$	4.593,16	\$	5.842,94	\$	145.380,05
33	\$	145.380,05	\$	1.211,50	\$	4.631,44	\$	5.842,94	\$	140.748,62
34	\$	140.748,62	\$	1.172,91	\$	4.670,03	\$	5.842,94	\$	136.078,59
35	\$	136.078,59	\$	1.133,99	\$	4.708,95	\$	5.842,94	\$	131.369,64
36	\$	131.369,64	\$	1.094,75	\$	4.748,19	\$	5.842,94	\$	126.621,45
37	\$	126.621,45	\$	1.055,18	\$	4.787,76	\$	5.842,94	\$	121.833,69
38	\$	121.833,69	\$	1.015,28	\$	4.827,66	\$	5.842,94	\$	117.006,03
39	\$	117.006,03	\$	975,05	\$	4.867,89	\$	5.842,94	\$	112.138,14
40	\$	112.138,14	\$	934,48	\$	4.908,45	\$	5.842,94	\$	107.229,69
41	\$	107.229,69	\$	893,58	\$	4.949,36	\$	5.842,94	\$	102.280,33
42	\$	102.280,33	\$	852,34	\$	4.990,60	\$	5.842,94	\$	97.289,73
43	\$	97.289,73	\$	810,75	\$	5.032,19	\$	5.842,94	\$	92.257,54
44	\$	92.257,54	\$	768,81	\$	5.074,12	\$	5.842,94	\$	87.183,42
45	\$	87.183,42	\$	726,53	\$	5.116,41	\$	5.842,94	\$	82.067,01
46	\$	82.067,01	\$	683,89	\$	5.159,05	\$	5.842,94	\$	76.907,96
47	\$	76.907,96	\$	640,90	\$	5.202,04	\$	5.842,94	\$	71.705,93
48	\$	71.705,93	\$	597,55	\$	5.245,39	\$	5.842,94	\$	66.460,54
49	\$	66.460,54	\$	553,84	\$	5.289,10	\$	5.842,94	\$	61.171,44
50	\$	61.171,44	\$	509,76	\$	5.333,18	\$	5.842,94	\$	55.838,26
51	\$	55.838,26	\$	465,32	\$	5.377,62	\$	5.842,94	\$	50.460,65
52	\$	50.460,65	\$	420,51	\$	5.422,43	\$	5.842,94	\$	45.038,21
53	\$	45.038,21	\$	375,32	\$	5.467,62	\$	5.842,94	\$	39.570,60
54	\$	39.570,60	\$	329,75	\$	5.513,18	\$	5.842,94	\$	34.057,41
55	\$	34.057,41	\$	283,81	\$	5.559,13	\$	5.842,94	\$	28.498,29
56	\$	28.498,29	\$	237,49	\$	5.605,45	\$	5.842,94	\$	22.892,84
57	\$	22.892,84	\$	190,77	\$	5.652,16	\$	5.842,94	\$	17.240,67
58	\$	17.240,67	\$	143,67	\$	5.699,27	\$	5.842,94	\$	11.541,41
59	\$	11.541,41	\$	96,18	\$	5.746,76	\$	5.842,94	\$	5.794,65
60	\$	5.794,65	\$	48,29	\$	5.794,65	\$	5.842,94	\$	0,00

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez

5.3 COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

Dentro de los costos y gastos del proyecto se tiene los Costos de Producción, los Gastos Administrativos, los Gastos de Ventas y los Gastos Financieros; cada uno en sus respectivas áreas o departamentos como son de Producción, Administración, Ventas y los de Interés por el préstamo solicitado.

5.3.1 Costos de Producción

Los costos de producción se estructuran de los costos directos y los costos indirectos o gastos de fabricación. Por un lado están los Costos Directos: que son aquellos que se encuentran directamente relacionados con el producto o servicio que se va a elaborar o fabricar como son materia prima y mano de obra. Los Costos Indirectos son los que ayudan a al producto o servicio a darle estética o calidad, es decir no están relacionados directamente sino que contribuyen en la fabricación del bien, como son servicios básicos, adecuaciones de infraestructura, mano de obra indirecta, etc.

5.3.1.1 Costos Directos

Los costos directos se han considerado de acuerdo al servicio que se ofertará dentro de la Hostería, dichos servicios son los siguientes:

➤ **SERVICIO DE ALOJAMIENTO**

Donde se brindará el servicio de alimentación y el hospedaje; en este servicio se considera como costo directo a la materia prima de la alimentación de desayunos, almuerzos y cenas a las personas que requieran consumir en la hostería, que de acuerdo a las encuestas es del 28,05%. El número de hospedados se prevé que es de 2.407 personas si el servicio de hospedaje es de dos noches. La mano de obra que es otro costo directo se considera a las amas de llaves quienes estarán a la disposición de los clientes hospedados y la mano de obra de la lavandería que estará para cumplir con la función de mantener limpia la ropa; el personal será contratado bajo nombramiento y gozarán de todos los beneficios de ley como sueldos adicionales, vacaciones, aportación IESS y fondos de reservas a partir del tercer año. Un costo directo

adicional que se considera es la ropa de cama que es el insumo el cual debe estar en las condiciones adecuadas para poder brindar un servicio de calidad.

➤ **SERVICIO DE RESTAURANTE**

Donde se toma en cuenta como costos directos a la materia prima para preparar los diferentes menús, y en mano de obra se identifica a los cocineros, los meseros y también a los ayudantes de cocina.

➤ **SALON DE EVENTOS**

En el caso de este servicio no se tiene a la materia prima como costo directo, tampoco se tiene a la mano de obra ya que el salón de eventos será alquilado; lo que si se considera es la mantelería como costo directo ya que es el insumo que debe estar en condiciones óptimas para que el servicio sea prestado en la calidad esperada y deseada.

➤ **AREAS RECREATIVAS**

En el caso del servicio de áreas recreativas, no se tienen costos directos ya que se trata de canchas, áreas verdes,

pesca deportiva, piscina, juegos, etc. y no se incluye ni mano de obra ni materia prima.

➤ **SERVICIO DE PARQUEADERO**

El servicio de parqueadero tampoco involucra costos directos ya que está a disposición del cliente que se aloja.

5.3.1.1.1 Materia Prima

De acuerdo a los cálculos desarrollados por el servicio de restaurante, el costo unitario que tienen los almuerzos es de \$3,97 dólares y las cenas tendrán un costo de 6 dólares. Cabe indicar que todos los clientes hospedados recibirán el desayuno costado en \$2,50 dólares. A continuación se presenta el costo anual de alimentación en el servicio de alojamiento.

Tabla 76. MATERIA PRIMA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<i>ALOJAMIENTO</i>			
DESAYUNOS	2.407	\$ 2,50	\$ 6.018,32
ALMUERZOS	675	\$ 3,97	\$ 2.683,52
CENAS	675	\$ 6,00	\$ 4.051,35
SUBTOTAL ALOJAMIENTO			\$ 12.753,19
<i>RESTAURANTE</i>			
<i>TEMPORADA BAJA</i>			
12:00-16:00	960	\$ 3,97	\$ 3.815,28
18:00-22:00	1.800	\$ 6,00	\$ 10.800,00
<i>TEMPORADA ALTA</i>			
12:00-16:00	3.360	\$ 3,97	\$ 13.353,48
18:00-22:00	5.040	\$ 6,00	\$ 30.240,00
SUBTOTAL RESTAURANTE			\$ 58.208,76
TOTAL COSTO POR MATERIA PRIMA RESTAURANTE			\$ 70.961,95

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Estos costos se obtuvieron considerando el valor promedio de los desayunos, almuerzos y cenas, dependiendo de los menús variados que se prevé disponer a los clientes.

5.3.1.1.2 Insumos Directos

En este rubro se tiene los costos directos que inciden en la prestación de los servicios de alojamiento y el del salón de eventos.

Tabla 77. INSUMOS DIRECTOS

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
SERVICIO DE ALOJAMIENTO			
ROPA DE CAMA			
Protector de colchón	26	\$ 30,00	\$ 780,00
Sábanas King Size	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Sábanas Queen	9	\$ 60,00	\$ 540,00
Sábanas 1,00x2,00	22	\$ 20,00	\$ 440,00
Cobertor King Size	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Cobertor Queen	9	\$ 150,00	\$ 1.350,00
Cobertor 1,00x2,00	22	\$ 100,00	\$ 2.200,00
Almohada y Cubre almohada	30	\$ 40,00	\$ 1.200,00
Informativo del hotel	6	\$ 1,00	\$ 6,00
SUBTOTAL ROPA DE CAMA			\$ 6.896,00
SALÓN DE EVENTOS			
Mantelería	40	\$ 5,00	\$ 200,00
SUBTOTAL DECORACIÓN SALON			\$ 200,00
TOTAL			\$ 7.096,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.1.1.3 Mano de Obra

La mano de obra se tiene a las amas de llaves en el servicio de alojamiento; el chef, ayudante de cocina, capitán de meseros y meseros en el servicio de restaurante y el personal de lavandería.

Tabla 78. MANO DE OBRA

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDOS	IESS	13er SUELDO	14to SUELDO	VACAC.	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MES	TOTAL AÑO
ALOJAMIENTO										
Ama de llaves	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ -	\$ 875,95	\$ 10.511,44
SUBTOTAL ALOJAMIENTO										\$ 10.511,44
RESTAURANTE										
Chef	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 66,83	\$ 45,83	\$ 28,33	\$ 22,92	\$ -	\$ 713,91	\$ 8.566,90
Ayudante de cocina	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ -	\$ 875,95	\$ 10.511,44
Capitán meseros	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17	\$ -	\$ 900,88	\$ 10.810,60
Meseros	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ -	\$ 875,95	\$ 10.511,44
Camareras	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ -	\$ 875,95	\$ 10.511,44
SUBTOTAL RESTAURANTE										\$ 50.911,82
LAVANDERÍA										
Personal lavandería	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ -	\$ 452,14	\$ 5.425,72
SUBTOTAL LAVADORA										\$ 5.425,72
TOTAL MANO DE OBRA										\$ 66.848,98

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.1.1.4 Costos Indirectos de Fabricación

Estos costos contribuyen a prestar el servicio de la mejor manera por parte de la hostería a sus clientes.

Entre estos costos se tienen los siguientes:

Tabla 79. MENAJE - A

CANTIDAD	DETALLE DE UTENSILLOS NECESARIOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MENAJE DE COCINA			
Juegos de tazones para mezclar	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Balanza de alimentos	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Extractor de jugos	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Juegos de ralladores	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Coladores	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Cucharas de mangos largos de acero inoxidable	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Cuchillo carnicero	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Tablas de picar	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Rodillos	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Espátulas	3	\$ 9,00	\$ 27,00
Pelador de papas	1	\$ 6,00	\$ 6,00
vaso lexington	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Juego de Ollas de 100 litros de acero inoxidable	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Plato postre cuadrado	80	\$ 5,00	\$ 400,00
Pocillo te cuadrado 7.6 OZ	30	\$ 3,30	\$ 99,00
Plato te cuadrado	30	\$ 2,70	\$ 81,00
Cuchara sopera x12	10	\$ 11,00	\$ 110,00
Cuchillo de mesax12	10	\$ 17,00	\$ 170,00
Tenedor de mesax12	10	\$ 11,00	\$ 110,00

Tabla 80. MENAJE - B

Cuchara de caféx12	10	\$ 8,00	\$ 80,00
Tenedor entradas	10	\$ 9,00	\$ 90,00
Cuchillo entradasx12	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Juegos de vasos	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Saleros	48	\$ 2,30	\$ 110,40
Pimenteros	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Ceniceros	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Ajiceros	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Azucareros	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Mantequilleros	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Olla de presión	1	\$ 38,00	\$ 38,00
Cubiertera	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Exprimidor de limón	1	\$ 3,14	\$ 3,14
Vaso lexington	80	\$ 0,60	\$ 48,00
Sartén profesional	3	\$ 22,00	\$ 66,00
SUBTOTAL MENAJE DE COCINA			\$ 2.863,54
SALON DE EVENTOS			
Dispensadores de bebidas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Vitrinas & Freshbox	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Cestas	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Expositores	2	\$ 21,00	\$ 42,00
Cuencos	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Contenedores GN	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Fondue	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Juego de vajillas	7	\$ 27,00	\$ 189,00
Juegos de vasos	7	\$ 10,00	\$ 70,00
SUBTOTAL MENAJE SALON DE EVENTOS			\$ 560,00
TOTAL GASTO MENAJE			\$ 3.423,54

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Tabla 81. DECORATIVOS

DECORATIVOS Y SUMINISTROS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
SUMINISTROS HABITACIONES			
Toallas para manos por huésped	13	\$ 3,00	\$ 39,00
Toallas para cuerpo por huésped	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Toalla para pies	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Alfombra baño	12	\$ 18,00	\$ 216,00
Paraguas	12	\$ 3,00	\$ 36,00
SUBTOTAL SUMINISTROS HABITACIONES			\$ 591,00
DECORACIÓN RESTAURANTE			
Mantelería	30	\$ 5,00	\$ 150,00
SUBTOTAL DECORACIÓN RESTAURANTE			\$ 150,00
EXTERIORES			
Sombrillas área piscina	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Hamacas	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Antorchas de bambú			\$ 80,00
SUBTOTAL EXTERIORES			\$ 335,00
TOTAL ÁREA DE SERVICIO			\$ 1.076,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Tabla 82. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA - A

DECORATIVOS Y SUMINISTROS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
SUMINISTROS HABITACIONES			
Dispensador de jabón	12	\$ 33,00	\$ 396,00
Dispensador de gel desinfectante	12	\$ 27,00	\$ 324,00
Porta papel higiénico	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Basurero de acero con tapa	12	\$ 18,70	\$ 224,40
Espejo flexible de aumento	12	\$ 70,00	\$ 840,00
Gancho para objetos personales	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Sistema de secado de manos (toallas de papel)	12	\$ 17,47	\$ 209,64
Colgador de toallas	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Sistema antideslizante dentro de la ducha y/o tina	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Repisa para toallas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
SUBTOTAL SUMINISTROS HABITACIONES			\$ 3.014,04
DECORACIÓN HABITACIONES			
Cuadros	13	\$ 20,00	\$ 20,00
Lámpara	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Floreros	13	\$ 5,00	\$ 5,00
Cortinas	24	\$ 50,00	\$ 50,00
SUBTOTAL DECORACIÓN HABITACIONES			\$ 475,00
DECORACIÓN RESTAURANTE			
Plantas	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Floreros	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Macetas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
SUBTOTAL DECORACIÓN RESTAURANTE			\$ 200,00
DECORACIÓN SALÓN DE EVENTOS			
Plantas	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Floreros	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Macetas	10	\$ 25,00	\$ 250,00
SUBTOTAL DECORACIÓN SALON DE EVENTOS			\$ 500,00
EXTERIORES			
Antorchas de bambú	20	\$ 4,00	\$ 80,00
SUBTOTAL EXTERIORES			\$ 80,00

Tabla 83. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA - B

INSUMOS ÁREAS COMUNES BAÑOS SALA DE ESTAR, COCINA, EXTERIORES, SALÓN DE EVENTOS, RESTAURANTE			
Dispensador de jabón	10	\$ 33,00	\$ 330,00
Dispensador de gel desinfectante	10	\$ 27,00	\$ 270,00
Porta papel higiénico	10	\$ 30,00	\$ 300,00
Basurero con tapa	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Espejo	10	\$ 40,00	\$ 400,00
Gancho para objetos personales	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Sistema de secado de manos (toallas de papel, secador automático, no toalla de tela)	10	\$ 17,47	\$ 174,70
SUBTOTAL ÁREAS COMUNES			\$ 1.724,70
TOTAL ÁREA DE SERVICIO			\$ 5.993,74

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Tabla 84. MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDOS	IESS	13er SUELDO	14to SUELDO	VACAC.	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Personal limpieza áreas públicas	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 82,62	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ -	\$ 875,95	\$ 10.511,44
Jardinero	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 41,31	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ -	\$ 452,14	\$ 5.425,72
Mozo de equipaje	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 123,93	\$ 85,00	\$ 28,33	\$ 42,50	\$ -	\$ 1.299,76	\$ 15.597,16
SUBTOTAL EXTERIORES										\$ 31.534,32

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez

Tabla 85. ÚTILES DE ASEO

DETALLE	CANTIDAD TRIMESTRAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL ANUAL
COCINA				
Escobas	5	10	\$ 6,25	\$ 62,50
Trapeadores	4	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Cepillo para baño	4	16	\$ 6,23	\$ 99,68
Desinfectante (galón)	10	40	\$ 5,00	\$ 200,00
Fundas de basura pequeñas paquetes	50	200	\$ 0,80	\$ 160,00
Fundas de basura industrial (10u)	50	200	\$ 2,82	\$ 564,00
Cloro (galón)	10	40	\$ 5,00	\$ 200,00
Detergente (funda de 5000g)	3	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Jabón de platos	12	48	\$ 1,20	\$ 57,52
Limpión industrial	3	12	\$ 19,00	\$ 228,00
SUBTOTAL COCINA				\$ 1.835,70
HABITACIONES				
Jabón líquido	6	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Gel desinfectante	6	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Papel higiénico jumbo	36	144	\$ 2,00	\$ 288,00
Papel higiénico adicional	12	48	\$ 2,00	\$ 96,00
Jabón en lavamanos y ducha	36	144	\$ 1,00	\$ 144,00
Shampoo en ducha	36	144	\$ 0,50	\$ 72,00
Zapatillas de baño	36	144	\$ 1,00	\$ 144,00
Pañuelos desechables	36	144	\$ 1,00	\$ 144,00
Acondicionador	36	144	\$ 0,50	\$ 72,00
Amenidades de cortesía (al menos dos)	36	144	\$ 1,00	\$ 144,00
Velas Restaurante y Salon de eventos	180	720	\$ 1,40	\$ 1.008,00
Armadores	160	640	\$ 0,07	\$ 44,80
SUBTOTAL HABITACIONES				\$ 2.300,80
INSUMOS ÁREAS COMUNES BAÑOS SALA DE ESTAR, COCINA, EXTERIORES, SALÓN DE EVENTOS, RESTAURANTE				
Jabón líquido	10	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Gel desinfectante	10	40	\$ 3,00	\$ 120,00
Papel higiénico	10	40	\$ 2,00	\$ 80,00
Botiquín de primeros auxilios	1	4	\$ 15,00	\$ 60,00
SUBTOTAL ÁREAS COMUNES				\$ 380,00
TOTAL ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				\$ 4.516,50

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez

Tabla 86. UNIFORMES

DETALLE	Descripción	Cantidad al año	Precios	TOTAL
ALOJAMIENTO				
Ama de llaves	2 Jeans y 2 Camisetas	2	\$ 44,00	\$ 88,00
Mozo de equipaje	2 Pantalones, 2 Camisas y 1 Chaleco	3	\$ 95,00	\$ 285,00
SUBTOTAL ALOJAMIENTO				\$ 373,00
RESTAURANTE				
Chef	2 Chaquetas, 2 Pantalones, 2 Gorros	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Ayudante de cocina	2 Chaquetas, 2 Pantalones	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Capitán meseros	2 Pantalones, 2 Camisas y 1 Delantal	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Meseros	2 Pantalones, 2 Camisas y 1 Delantal	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Camarera	2 Pantalones y 2 Blusas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
SUBTOTAL RESTAURANTE				\$ 800,00
EXTERIORES				
Personal limpieza áreas públicas	2 Jeans y 2 Camisetas	2	\$ 44,00	\$ 88,00
Jardinero	2 Jeans y 2 Camisetas	1	\$ 44,00	\$ 44,00
SUBTOTAL EXTERIORES				\$ 132,00
LAVANDERÍA				
Personal lavandería	2 Jeans y 2 Camisetas	1	\$ 44,00	\$ 44,00
SUBTOTAL LAVANDERÍA				\$ 44,00
TOTAL ÁREA DE PRODUCCIÓN				\$ 1.349,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Tabla 87. SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 111,00	\$ 1.332,00
Agua	\$ 63,25	\$ 759,00
Teléfono	\$ 78,00	\$ 936,00
TOTAL	\$ 252,25	\$ 3.027,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se incurren por la gestión que se debe realizar en la hostería en el cumplimiento de sus objetivos y metas, esto implica el abastecimiento de recursos, la prestación de los servicios en forma integral hasta la sostenibilidad de la hostería por las ventas. Entre gastos administrativos se tiene los suministros, sueldos a personal administrativo, gastos de arriendos, servicios básicos, etc.

5.3.2.1 Suministros de Oficina

En suministros de oficina se tiene la compra de esferos, tinta para impresora, papeleras, engrampadoras, perforadoras, etc. A continuación los suministros:

Tabla 88. SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD TRIMESTRAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
RECEPCIÓN				
Papel bond	6	24	\$ 4,50	\$ 108,00
Archivadores tamaño oficio	10	40	\$ 1,99	\$ 79,60
Perforadora	3	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Grapadora	3	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Esferos (caja)	1	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Lápices (caja)	1	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Sellos automáticos	2	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Tinta (3 impresoras)	12	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Cinta adhesiva	4	16	\$ 1,00	\$ 16,00
Dispensador de cinta	1	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Papelera	2	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Libreta de notas (huéspedes)	36	144	\$ 0,60	\$ 86,40
SUBTOTAL RECEPCIÓN				\$ 687,00
ADMINISTRACIÓN				
Papel bond (resma)	6	24	\$ 4,50	\$ 108,00
Archivadores tamaño oficio	20	80	\$ 1,99	\$ 159,20
Perforadora	3	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Grapadora	3	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Esferos (caja)	3	12	\$ 3,00	\$ 36,00
Lápices (caja)	3	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Sellos automáticos	2	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Tinta (3 impresoras)	12	24	\$ 10,00	\$ 240,00
Cinta adhesiva	4	16	\$ 1,00	\$ 16,00
Dispensador de cinta	2	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Papelera	4	4	\$ 5,00	\$ 20,00
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN				\$ 736,20
TOTAL GASTOS EN SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 1.423,20

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez

5.3.2.2 Sueldos Administrativos

El personal que se contratará para la gestión administrativa es: un administrador, un coordinador de eventos, una asistente administrativa, un contador, tres recepcionistas y tres guardias. El personal gozará de todos los beneficios de ley como son los décimos sueldos, aportes IESS, vacaciones, fondos de reservas, etc.

Tabla 89. SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDOS	IESS	13er SUELDO	14to SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL MES	TOTAL AÑO
AREA ADMINISTRATIVA										
Administrador	1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 87,48	\$ 60,00	\$ 28,33	\$ 30,00	\$ -	\$ 925,81	\$ 11.109,76
Coordinador de Eventos	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 18,75	\$ -	\$ 589,26	\$ 7.071,10
Asistente Administrativa	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 28,33	\$ 14,58	\$ -	\$ 464,61	\$ 5.575,30
Contador	1	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 58,32	\$ 40,00	\$ 28,33	\$ 20,00	\$ -	\$ 626,65	\$ 7.519,84
Recepcionista	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00	\$ 127,58	\$ 87,50	\$ 28,33	\$ 43,75	\$ -	\$ 1.337,16	\$ 16.045,90
Guardias	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00	\$ 123,93	\$ 85,00	\$ 28,33	\$ 42,50	\$ -	\$ 1.299,76	\$ 15.597,16
SUBTOTAL ADMINISTRATIVO										\$ 62.919,06

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** María José Páez

5.3.2.3 Servicios Básicos

Se pagará servicios básicos de energía eléctrica, agua y teléfono; a continuación se presenta los gastos de servicios básicos:

Tabla 90. SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRACIÓN		
Energía Eléctrica	\$ 21,00	\$ 252,00
Agua	\$ 3,25	\$ 39,00
Teléfono	\$ 18,00	\$ 216,00
SUBTOTAL	\$ 42,25	\$ 507,00
TOTAL	\$ 294,50	\$ 3.534,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.2.4 Gasto Mantenimiento de Infraestructura

La infraestructura de la hostería debe ser conservada en buenas condiciones, sus instalaciones deben mantenerse en óptimo funcionamiento, así como también las áreas recreativas, piscina, áreas verdes, etc.

Para este gasto se ha propuesto un monto de 1.000 dólares mensuales, en forma anual asciende a los 12.000 dólares.

5.3.2.5 Gastos de Arriendo

Este gasto se incurre por el alquiler del espacio físico de la hostería, en este caso el valor que se paga es de 3.000 dólares mensuales y que este valor asciende a 36.000 dólares anuales.

5.3.2.6 Adecuaciones de Infraestructura

Las adecuaciones se refieren a cortinas, floreros, tachos de basura, cuadros decorativos, etc., que se ubican en la recepción, áreas administrativas, de la hostería para dar una muy buena impresión a los clientes. Estos gastos se los realizará una sola vez porque su vida útil es de 10 años, es decir no se tendrá compra de estos nuevamente para el segundo, tercero, cuarto o quinto año.

Tabla 91. ADECUACIONES DE INFRAESTRUCTURA

DECORATIVOS Y SUMINISTROS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
INSUMOS AREA ADMINISTRATIVA			
Basurero	2	\$ 10,00	\$ 20,00
SUBTOTAL INSUMOS			\$ 20,00
DECORACIÓN AREA ADMINISTRATIVA			
Cortinas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Floreros	1	\$ 5,00	\$ 5,00
SUBTOTAL DECORACIONES			\$ 205,00
INSUMOS RECEPCIÓN			
Basurero	2	\$ 10,00	\$ 20,00
SUBTOTAL INSUMOS RECEPCIÓN			\$ 20,00
DECORACIÓN RECEPCIÓN			
Cuadros	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Floreros	1	\$ 5,00	\$ 5,00
SUBTOTAL DECORACIÓN RECEPCIÓN			\$ 45,00
DECORACIÓN SALA DE ESTAR			
Cuadros	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Floreros	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Macetas y plantas	3	\$ 30,00	\$ 90,00
SUBTOTAL DECORACIÓN SALA DE ESTAR			\$ 135,00
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			\$ 425,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.2.7 Gasto de Uniformes

El personal recibirá un uniforme con el slogan de la empresa o representativo de la empresa cada año. El uniforme lo recibirán tanto el administrador como las recepcionistas.

Tabla 92. GASTOS DE UNIFORMES

AREA ADMINISTRATIVA	Descripción	Cantidad al año	Precios	TOTAL
Administrador	2 Pantalones y 2 Camisas	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Coordinador	2 Pantalones y 2 Camisas	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Contador	2 Pantalones y 2 Camisas	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Asistente Administrativa	2 Pantalones y 2 Blusas	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Recepcionistas	2 Pantalones y 3 Blusas	3	\$ 99,00	\$ 297,00
Guardias	2 Pantalones y 2 Blusas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			\$ 757,00	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.3.3 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son todos los esfuerzos que la hostería realiza con la finalidad de hacer efectivas sus ventas a través de los medios de publicidad.

5.3.3.1 Gastos de Publicidad

Los gastos presupuestados son para la producción de material POP y prensa escrita.

Tabla 93. GASTOS DE PUBLICIDAD

DETALLE	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Material POP	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Prensa escrita	\$ 480,00	\$ 5.760,00
TOTAL	\$ 680,00	\$ 8.160,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.4 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

La proyección se la realiza considerando la tasa de inflación promedio que de acuerdo al INEC, la inflación es del 4,26%, en el caso de los sueldos y salarios el crecimiento es del 9%; a continuación se presenta la evolución de estos indicadores de proyección:

Tabla 94.EVALUACIÓN DE LA INFLACIÓN

AÑO	%
2006	3,40%
2007	2,30%
2008	8,30%
2009	4,30%
2010	3,30%
2011	4,50%
2012	5,29%
2013	2,72%
PROMEDIO	4,26%

Fuente: INEC, 2014

Elaborado por: María José Páez

Tabla 95.EVOLUCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

AÑO	R.M.B.	% INCR. ANUAL
2010	240,00	9%
2011	264,00	10%
2012	292,00	11%
2013	318,00	9%
2014	340,00	7%
PROMEDIO =		9%

Fuente: Ministerio de Trabajo, 2014

Elaborado por: María José Páez

Tabla 96. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS - A

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTOS DIRECTOS	\$ 144.906,93	\$ 159.031,44	\$ 174.568,94	\$ 191.663,17	\$ 210.472,66
<i>ALOJAMIENTO</i>	<i>\$ 30.160,63</i>	<i>\$ 32.803,27</i>	<i>\$ 35.697,90</i>	<i>\$ 38.869,66</i>	<i>\$ 42.346,31</i>
Habitaciones (Ropa Cama)	\$ 6.896,00	\$ 7.189,77	\$ 7.496,05	\$ 7.815,39	\$ 8.148,32
Alimentación (alojados)	\$ 12.753,19	\$ 14.156,04	\$ 15.713,20	\$ 17.441,65	\$ 19.360,23
Mano de Obra Directa (ama de llaves)	\$ 10.511,44	\$ 11.457,47	\$ 12.488,64	\$ 13.612,62	\$ 14.837,76
<i>RESTAURANTE</i>	<i>\$ 109.120,58</i>	<i>\$ 120.105,61</i>	<i>\$ 132.207,35</i>	<i>\$ 145.540,39</i>	<i>\$ 160.231,19</i>
Materia Prima (para visitantes)	\$ 58.208,76	\$ 64.611,72	\$ 71.719,01	\$ 79.608,10	\$ 88.365,00
Mano de Obra Directa (cocineros, meseros y ayudantes)	\$ 50.911,82	\$ 55.493,88	\$ 60.488,33	\$ 65.932,28	\$ 71.866,19
<i>SALON DE EVENTOS (mantelería)</i>	<i>\$ 200,00</i>	<i>\$ 208,52</i>	<i>\$ 217,40</i>	<i>\$ 226,66</i>	<i>\$ 236,32</i>
Mantelería	\$ 200,00	\$ 208,52	\$ 217,40	\$ 226,66	\$ 236,32
<i>LAVANDERÍA (mano de obra directa)</i>	<i>\$ 5.425,72</i>	<i>\$ 5.914,03</i>	<i>\$ 6.446,30</i>	<i>\$ 7.026,46</i>	<i>\$ 7.658,85</i>
Mano de Obra Directa	\$ 5.425,72	\$ 5.914,03	\$ 6.446,30	\$ 7.026,46	\$ 7.658,85
COSTOS INDIRECTOS	\$ 75.267,31	\$ 69.112,78	\$ 76.370,48	\$ 76.249,25	\$ 84.451,19
Menaje	\$ 3.423,54		\$ 3.721,44		\$ 4.045,26
Decorativos	\$ 1.076,00	\$ 1.121,84	\$ 1.169,63	\$ 1.219,45	\$ 1.271,40
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 5.993,74				
Mano de Obra Indirecta	\$ 31.534,32	\$ 34.372,41	\$ 37.465,93	\$ 40.837,86	\$ 44.513,27
Útiles de Aseo	\$ 4.516,50	\$ 4.708,91	\$ 4.909,51	\$ 5.118,65	\$ 5.336,71
Uniformes	\$ 1.349,00	\$ 1.406,47	\$ 1.466,38	\$ 1.528,85	\$ 1.593,98
Depreciaciones	\$ 24.347,21	\$ 24.347,21	\$ 24.347,21	\$ 24.113,87	\$ 24.113,87
Servicios Básicos	\$ 3.027,00	\$ 3.155,95	\$ 3.290,39	\$ 3.430,56	\$ 3.576,71
SUBTOTAL	\$ 220.174,23	\$ 228.144,21	\$ 250.939,42	\$ 267.912,42	\$ 294.923,85
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Suministros de Oficina	\$ 1.423,20	\$ 1.483,83	\$ 1.547,04	\$ 1.612,94	\$ 1.681,65
Sueldos y Salarios	\$ 62.919,06	\$ 68.581,78	\$ 74.754,14	\$ 81.482,01	\$ 88.815,39
Servicios Básicos	\$ 507,00	\$ 528,60	\$ 551,12	\$ 574,59	\$ 599,07
Depreciaciones	\$ 8.329,78	\$ 8.329,78	\$ 8.329,78	\$ 7.029,78	\$ 7.029,78
Gastos Constitución	\$ 3.213,96				
Gastos de mantenimiento infraestructura	\$ 12.000,00	\$ 12.511,20	\$ 13.044,18	\$ 13.599,86	\$ 14.179,21
Gasto arriendo	\$ 36.000,00	\$ 37.533,60	\$ 39.132,53	\$ 40.799,58	\$ 42.537,64
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 425,00				
Uniformes	\$ 757,00	\$ 789,25	\$ 822,87	\$ 857,92	\$ 894,47
SUBTOTAL	\$ 125.575,01	\$ 129.758,03	\$ 138.181,65	\$ 145.956,69	\$ 155.737,22

Tabla 97. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS - B

GASTOS DE VENTAS					
Material POP	\$ 2.400,00	\$ 2.502,24	\$ 2.608,84	\$ 2.719,97	\$ 2.835,84
Prensa escrita	\$ 5.760,00	\$ 6.005,38	\$ 6.261,21	\$ 6.527,93	\$ 6.806,02
SUBTOTAL	\$ 8.160,00	\$ 8.507,62	\$ 8.870,04	\$ 9.247,90	\$ 9.641,86
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos de Interés	\$ 25.491,51	\$ 20.818,83	\$ 15.656,85	\$ 9.954,34	\$ 3.654,71
COSTOS Y GASTOS TOTALES	\$ 379.400,76	\$ 387.228,69	\$ 413.647,96	\$ 433.071,36	\$ 463.957,65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos se obtienen multiplicando la cantidad de clientes a ser atendidos por el precio unitario del bien o del servicio. Los ingresos deben ser mayores a los egresos para poder dar sostenibilidad al proyecto; estos deben cubrir los costos de producción, los gastos administrativos, los gastos de ventas, los gastos financieros y además se debe conseguir una ganancia para el proyecto.

El proyecto tiene previsto prestar cinco servicios:

- **ALOJAMIENTO.-** Se espera atender a 2.407 personas a un precio establecido 103,33 dólares por las dos noches de alojamiento. En este servicio se incluye el servicio de alimentación, áreas recreativas, parqueadero y lavandería; cada servicio a un precio adicional establecido.

- RESTAURANTE.- En este servicio se considera atender a un total de 11.160 clientes con un precio de 7 dólares por los menús normales y 13 dólares por los platos fuertes.
- SALON DE EVENTOS.- Por este servicio se prevé la venta de 1 evento mensual, excepto en mayo y diciembre que se venderá hasta 3 eventos; y junio, octubre y noviembre hasta 2 eventos por ser fechas especiales como día de la madre, día del padre, navidad, etc. con un total anual de clientes es de 19 eventos.
- ÁREAS RECREATIVAS.- En este servicio se considera las áreas verdes, pesca, piscina, juegos infantiles, sauna, turco, hidromasaje, etc., el precio establecido en este servicio es de 5 dólares y la cantidad anual es de 720 clientes. Se considera a clientes que no se hospedan pero que utilizan este servicio.
- PARQUEADERO.- En este servicio se toma en cuenta que el parqueadero se encuentra ocupado con los clientes de alojamiento que son 7 diarios y que se encuentran 13 parqueaderos libres para venderlos al público, el número de días de atención es de 30 días al mes y anualmente 360 días; el precio por parqueadero es de 1 dólar.

Tabla 98. PRESUPUESTO DE INGRESOS

SERVICIO	% CRECIMIE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2015	2016	2017	2018	2019
ALOJAMIENTO	11%	\$ 277.778,84	\$ 308.334,51	\$ 342.251,31	\$ 379.898,95	\$ 421.687,83
RESTAURANTE	11%	\$ 132.552,00	\$ 147.132,72	\$ 163.317,32	\$ 181.282,22	\$ 201.223,27
SALON DE EVENTOS	5%	\$ 11.470,00	\$ 12.043,50	\$ 12.645,68	\$ 13.277,96	\$ 13.941,86
AREAS RECREATIVAS (Piscina, Sauna , Turco, Hidromasaje, Canchas, Juegos Infantiles, Pesca Deportiva)	11%	\$ 3.600,00	\$ 3.996,00	\$ 4.435,56	\$ 4.923,47	\$ 5.465,05
PARQUEADERO	11%	\$ 4.680,00	\$ 5.194,80	\$ 5.766,23	\$ 6.400,51	\$ 7.104,57
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS		\$ 430.080,84	\$ 476.701,53	\$ 528.416,09	\$ 585.783,12	\$ 649.422,58

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Ver Anexo K.

5.6 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son informes con los cuales los empresarios pueden medir la actividad del proyecto y su desarrollo durante un período de tiempo determinado que generalmente es de un año. Entre los estados financieros más efectivos se tiene al balance general, estado de pérdidas y ganancias y el flujo de efectivo.

5.6.1 Balance General

Que detalla los activos de la empresa, los pasivos que tienen con terceros y el patrimonio que es la aportación de los socios y que es la propiedad de la empresa. El balance general se mide en un tiempo de un año y la ecuación es que los Activos son iguales a los Pasivos sumado el Patrimonio.

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVOS} + \text{PATRIMONIO}$$

Tabla 99. BALANCE GENERAL

DETALLE CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
CORRIENTES	\$ 34.438,48	\$ 73.171,82	\$ 128.946,04	\$ 191.780,41	\$ 276.798,05	\$ 375.482,24
Caja / Bancos	\$ 34.438,48	\$ 73.171,82	\$ 128.946,04	\$ 191.780,41	\$ 276.798,05	\$ 375.482,24
NO CORRIENTES						
TANGIBLES	\$ 490.561,52	\$ 457.884,53	\$ 425.207,54	\$ 392.530,55	\$ 361.386,90	\$ 330.243,24
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	\$ 389.049,92	\$ 389.049,92	\$ 389.049,92	\$ 389.049,92	\$ 389.049,92	\$ 389.049,92
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 29.542,60	\$ 29.542,60	\$ 29.542,60	\$ 29.542,60	\$ 29.542,60	\$ 29.542,60
EQUIPO DE OFICINA	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00	\$ 10.360,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 37.009,00	\$ 37.009,00	\$ 37.009,00	\$ 37.009,00	\$ 37.009,00	\$ 37.009,00
VEHÍCULO	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$ -32.676,99	\$ (65.353,98)	\$ (98.030,97)	\$ (129.174,62)	\$ (160.318,28)
TOTAL ACTIVOS	\$ 525.000,00	\$ 531.056,35	\$ 554.153,58	\$ 584.310,96	\$ 638.184,95	\$ 705.725,48
PASIVOS						
Amortización del Préstamo	\$ 275.000,00	\$ 230.376,27	\$ 181.079,85	\$ 126.621,45	\$ 66.460,54	\$ -0,00
15% Participación Trabajadores por pagar		\$ 7.602,01	\$ 13.420,93	\$ 17.215,22	\$ 22.906,76	\$ 27.819,74
22% Impuesto a la Renta por pagar		\$ 9.477,18	\$ 16.731,42	\$ 21.461,64	\$ 28.557,10	\$ 34.681,94
TOTAL PASIVOS	\$ 275.000,00	\$ 247.455,45	\$ 211.232,19	\$ 165.298,30	\$ 117.924,40	\$ 62.501,68
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Utilidad Neta	\$ -	\$ 33.600,89	\$ 59.320,49	\$ 76.091,27	\$ 101.247,90	\$ 122.963,25
Utilidad Acumulada	\$ -	\$ -	\$ 33.600,89	\$ 92.921,39	\$ 169.012,65	\$ 270.260,55
TOTAL PATRIMONIO	\$ 250.000,00	\$ 283.600,89	\$ 342.921,39	\$ 419.012,65	\$ 520.260,55	\$ 643.223,80
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 525.000,00	\$ 531.056,35	\$ 554.153,58	\$ 584.310,96	\$ 638.184,95	\$ 705.725,48

\$ - \$ - \$ - \$ - \$ - \$ -

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: María José Páez

5.6.2 Estado de Resultados

Tabla 100. ESTADO DE RESULTADOS

	DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
(=)	Ingresos por Ventas	\$ 430.080,84	\$ 476.701,53	\$ 528.416,09	\$ 585.783,12	\$ 649.422,58
(+)	ALOJAMIENTO	\$ 277.778,84	\$ 308.334,51	\$ 342.251,31	\$ 379.898,95	\$ 421.687,83
(+)	RESTAURANTE	\$ 132.552,00	\$ 147.132,72	\$ 163.317,32	\$ 181.282,22	\$ 201.223,27
(+)	SALON DE EVENTOS	\$ 11.470,00	\$ 12.043,50	\$ 12.645,68	\$ 13.277,96	\$ 13.941,86
(+)	ÁREAS RECREATIVAS	\$ 3.600,00	\$ 3.996,00	\$ 4.435,56	\$ 4.923,47	\$ 5.465,05
(+)	PARQUEADERO	\$ 4.680,00	\$ 5.194,80	\$ 5.766,23	\$ 6.400,51	\$ 7.104,57
(-)	Costo de Producción	\$ 220.174,23	\$ 228.144,21	\$ 250.939,42	\$ 267.912,42	\$ 294.923,85
1	COSTOS DIRECTOS	\$ 144.906,93	\$ 159.031,44	\$ 174.568,94	\$ 191.663,17	\$ 210.472,66
	COSTOS INDIRECTOS	\$ 75.267,31	\$ 69.112,78	\$ 76.370,48	\$ 76.249,25	\$ 84.451,19
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 209.906,60	\$ 248.557,32	\$ 277.476,67	\$ 317.870,69	\$ 354.498,73
(-)	GASTOS OPERACIONALES	\$ 133.735,01	\$ 138.265,65	\$ 147.051,69	\$ 155.204,59	\$ 165.379,09
	Gastos Administrativos	\$ 125.575,01	\$ 129.758,03	\$ 138.181,65	\$ 145.956,69	\$ 155.737,22
	Suministros de Oficina	\$ 1.423,20	\$ 1.483,83	\$ 1.547,04	\$ 1.612,94	\$ 1.681,65
	Sueldos y Salarios	\$ 62.919,06	\$ 68.581,78	\$ 74.754,14	\$ 81.482,01	\$ 88.815,39
	Servicios Básicos	\$ 507,00	\$ 528,60	\$ 551,12	\$ 574,59	\$ 599,07
	Depreciaciones	\$ 8.329,78	\$ 8.329,78	\$ 8.329,78	\$ 7.029,78	\$ 7.029,78
	Gastos Constitución	\$ 3.213,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Gastos de mantenimiento infraestructura	\$ 12.000,00	\$ 12.511,20	\$ 13.044,18	\$ 13.599,86	\$ 14.179,21
	Uniformes	\$ 757,00	\$ 789,25	\$ 822,87	\$ 857,92	\$ 894,47
	Adecuaciones de Infraestructura	\$ 425,00				
	Gasto Arriendos	\$ 36.000,00	\$ 37.533,60	\$ 39.132,53	\$ 40.799,58	\$ 42.537,64
	Gastos de Ventas	\$ 8.160,00	\$ 8.507,62	\$ 8.870,04	\$ 9.247,90	\$ 9.641,86
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 76.171,59	\$ 110.291,67	\$ 130.424,97	\$ 162.666,10	\$ 189.119,64
(-)	Gasto Financiero (INTERES)	\$ 25.491,51	\$ 20.818,83	\$ 15.656,85	\$ 9.954,34	\$ 3.654,71
(=)	UTILIDAD ANTES PARTIC. TRAB.	\$ 50.680,08	\$ 89.472,84	\$ 114.768,12	\$ 152.711,76	\$ 185.464,93
(-)	15% Partic. Trabajadores	\$ 7.602,01	\$ 13.420,93	\$ 17.215,22	\$ 22.906,76	\$ 27.819,74
(=)	UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	\$ 43.078,07	\$ 76.051,91	\$ 97.552,91	\$ 129.804,99	\$ 157.645,19
(-)	22% Impuesto a la Renta	\$ 9.477,18	\$ 16.731,42	\$ 21.461,64	\$ 28.557,10	\$ 34.681,94
(=)	UTILIDAD NETA	\$ 33.600,89	\$ 59.320,49	\$ 76.091,27	\$ 101.247,90	\$ 122.963,25

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: María José Páez

Este estado muestra la utilidad que tiene la empresa luego de resarcir todos sus costos y gastos, sus obligaciones con impuestos tanto del 15% de impuesto trabajadores y el impuesto a la renta del 22%. El estado de resultados se estructura con los ingresos menos los egresos y se obtiene la utilidad o pérdida de la hostería.

5.6.3 Flujo de Efectivo

Este estado muestra la liquidez que la empresa obtiene de la actividad productiva y comercial de sus bienes y servicios. Cuando el resultado del flujo de efectivo es positivo significa que la empresa tiene más ingresos que egresos, es decir, se puede cubrir todos los egresos; en el caso de salir resultado negativo se entiende que los egresos son mayores a los ingresos y que no hay dinero para poder cubrir todas las obligaciones.

Tabla 101. FLUJO DE EFECTIVO

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	A. FLUJO DE BENEFICIOS						
(+)	Flujo de efectivo inicial		\$ 34.438,48	\$ 73.171,82	\$ 128.946,04	\$ 191.780,41	\$ 276.798,05
(+)	Venta de servicios		\$ 430.080,84	\$ 476.701,53	\$ 528.416,09	\$ 585.783,12	\$ 649.422,58
(+)	Valor residual Activos						\$ 330.243,24
	TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		\$ 464.519,32	\$ 549.873,35	\$ 657.362,13	\$ 777.563,52	\$ 1.256.463,88
(-)	B. FLUJO DE COSTOS						
	Costos de Producción		\$ 195.827,03	\$ 203.797,01	\$ 226.592,22	\$ 243.798,55	\$ 270.809,98
	Gastos Administrativos		\$ 114.031,26	\$ 121.428,25	\$ 129.851,87	\$ 138.926,91	\$ 148.707,44
	Gastos de Ventas		\$ 8.160,00	\$ 8.507,62	\$ 8.870,04	\$ 9.247,90	\$ 9.641,86
	Gastos Financieros		\$ 25.491,51	\$ 20.818,83	\$ 15.656,85	\$ 9.954,34	\$ 3.654,71
	INVERSIONES						
	Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	\$ 240.561,52					
	Gastos de constitución		\$ 3.213,96				
	APORTE SOCIOS	\$ 250.000,00					
(-)	TOTAL FLUJO DE COSTOS	\$ 490.561,52	\$ 346.723,77	\$ 354.551,70	\$ 380.970,97	\$ 401.927,70	\$ 432.813,99
(=)	(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	\$ -490.561,52	\$ 117.795,55	\$ 195.321,65	\$ 276.391,15	\$ 375.635,82	\$ 823.649,89
(+)	Préstamo	\$ 275.000,00					
(+)	APORTE SOCIOS	\$ 250.000,00					
(-)	Amortización de Préstamo		\$ 44.623,73	\$ 49.296,42	\$ 54.458,40	\$ 60.160,91	\$ 66.460,54
(-)	15% Participación Trabajadores			\$ 7.602,01	\$ 13.420,93	\$ 17.215,22	\$ 22.906,76
(-)	22% Impuesto a la Renta			\$ 9.477,18	\$ 16.731,42	\$ 21.461,64	\$ 28.557,10
(=)	FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	\$ 34.438,48	\$ 73.171,82	\$ 128.946,04	\$ 191.780,41	\$ 276.798,05	\$ 705.725,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: María José Páez

5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es la aplicación de los diferentes indicadores como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de la Inversión y Relación Beneficio Costo.

Antes de aplicar los diferentes indicadores es necesario determinar la tasa de descuento con la cual se evaluará la viabilidad del proyecto en términos monetarios.

5.7.1 Cálculo de la Tasa de Descuento

La tasa de descuento se obtiene sumando la tasa del CPPC (costo promedio ponderado de capital o WACC), más un porcentaje de tasa de inflación promedio y la tasa de riesgo país. A continuación se presenta el cálculo de la tasa de descuento:

$$WACC = \left(\frac{RP}{RT} * \% \text{ tasa pasiva} \right) + \left(\frac{RA}{RT} * \% \text{ tasa interés} \right) * (1 - Ti)$$

$$WACC = (48\% * 4,53\%) + (52\% * 10\%) * (1 - 33,70\%)$$

$$WACC = 5,63\%$$

Dónde: RP es el monto de recursos propios; RT es el monto total invertido; RA es el monto en préstamo; la tasa pasiva es el porcentaje que los inversionistas ganan como interés a sus ahorros; la tasa de interés es el porcentaje al cual presta el dinero la entidad financiera; y Ti es la tasa de impuestos.

Tabla 102. Cálculo de la Tasa WACC

FUENTE	%	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS			
Aporte socios	48%	4,53%	2,16%
RECURSOS AJENOS			
Préstamo CFN	52%	10,00%	3,47%
TOTAL INVERSIÓN	100%		5,63%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Una vez obtenida la tasa WACC, se calcula la Tasa de Descuento o TMAR (tasa mínima aceptable de rentabilidad). Sumando un porcentaje de Riesgo país más la inflación promedio.

TASA DE DESCUENTO = WACC + % Riesgo País + % Inflación promedio

TASA DE DESCUENTO = 5,63% + 5,69% + 4,26%

TASA DE DESCUENTO = 15,58%

De esta manera se obtuvo una tasa de descuento de 15,58%, porcentaje al cual se actualiza los valores del flujo de efectivo y es la tasa de referencia para evaluar la TIR; el % de riesgo país se obtiene del Banco Central del último mes al cual se solicita el préstamo que es del 5,69%; y el % de inflación es el que se está manejando que es del 4,26%.

5.7.2 Valor Actual Neto

LARA (2010) afirma: “Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada la TMAR o tasa de actualización.” (p.243)

El VAN se puede evaluar en tres formas como son las siguientes:

- VAN menor a “0”; el proyecto no es viable puesto que los ingresos son menores a los egresos.
- VAN es igual a “0”; el proyecto debe ser ajustado en sus costos o gastos puesto que sus ingresos son iguales a sus egresos pero no queda ninguna utilidad para el inversionista.
- VAN es mayor a “0”; en este caso el proyecto si es viable puesto que los ingresos son mayores a los egresos y además deja una ganancia al inversionista.

El VAN se obtiene multiplicando cada uno de los flujos anuales por el factor actualización; la sumatoria de los productos de los cinco años considerado también la inversión, es el VAN:

$$VAN = \sum \left(Flujo\ de\ Efectivo * \frac{1}{(1 + TMAR)^n} \right)$$

Dónde: $\frac{1}{(1+TMAR)^n}$ es el factor actualización, donde **n** es el año al cual se actualiza el flujo.

A continuación el cálculo del VAN de la hostería considerando la tasa de descuento de 15,58%.

Tabla 103. VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN $1/(1+I)^n$	VALOR ACTUAL
0	\$ (250.000,00)	1,0000	\$ (250.000,00)
1	\$ 73.171,82	0,8652	\$ 63.308,37
2	\$ 128.946,04	0,7486	\$ 96.525,63
3	\$ 191.780,41	0,6477	\$ 124.209,89
4	\$ 276.798,05	0,5604	\$ 155.107,31
5	\$ 705.725,48	0,4848	\$ 342.154,57
VAN =			\$ 531.305,77

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: María José Páez

5.7.3 Tasa Interna de Retorno

Se define operacionalmente como la tasa que mide la rentabilidad del proyecto. El criterio de la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los costos expresados en moneda actual. (Canelos 2010,p.282)

La tasa TIR se puede evaluar bajo tres criterios como son las siguientes: Si la TIR es menor a la tasa de descuento, el proyecto no es viable ya que lo mínimo que espera el inversionista para recuperar el dinero es a una tasa de descuento. Si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es viable ya que el dinero invertido se recuperará en un menor tiempo y a una tasa mayor a la esperada.

La fórmula es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \left(\frac{VAN\ positivo}{VAN\ positivo - VAN\ negativo} \right)$$

Dónde: la **Ti** es la tasa que vuelve un VAN positivo; y **Ts** es la tasa que vuelve un VAN negativo.

La tasa superior (Ti) se puede decir que ya se la obtuvo al determinar un VAN positivo de 531.305,77 dólares con una tasa del 15,58%; en este caso es necesario buscar la tasa superior (Ts) que vuelva un VAN negativo, que después de varias iteraciones se encontró que la tasa del 60,6% es la tasa que

vuelve un VAN negativo de – \$482,3 dólares; con estos datos se puede aplicar la fórmula y obtener una TIR de 60,5% que es la tasa que vuelve un VAN igual a cero. A continuación la demostración.

$$TIR = 15,58\% + (60,6\% - 15,58\%) * \left(\frac{531.305,77}{531.305,77 - 482,3} \right)$$

$$TIR = 60,5\%$$

$$TIR \text{ EXCEL} = 60,5\%$$

Tabla 104. TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (TIR=60,5%)	VALOR ACTUAL
0	\$ (250.000,00)	1,0000	\$ (250.000,00)
1	\$ 73.171,82	0,6230	\$ 45.589,63
2	\$ 128.946,04	0,3882	\$ 50.055,58
3	\$ 191.780,41	0,2419	\$ 46.384,30
4	\$ 276.798,05	0,1507	\$ 41.711,14
5	\$ 705.725,48	0,0939	\$ 66.259,34
VAN			\$ 0,0

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.7.4 Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión PRI, es el tiempo en años, meses y días en los cuales el inversionista a través de su gestión va a recuperar el monto invertido; el tiempo de recuperación no debe ser mayor a los años de vida útil del proyecto o mayor a los años en los que se quiere evaluar una inversión. La fórmula es la siguiente:

$$PRI = a + (b - c)/d$$

Dónde: a es el año en el cual el flujo acumulado no pasa al flujo inicial; b es el flujo inicial en el año cero; c es el flujo acumulado que no pasa al flujo del año cero; y d es el flujo no acumulado que hace que el flujo acumulado pase el flujo inicial. A continuación se presenta el cálculo del PRI.

Tabla 105. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADOS
0	\$ 250.000,00	
1	\$ 63.308,37	\$ 63.308,37
2	\$ 96.525,63	\$ 159.834,00
3	\$ 124.209,89	\$ 284.043,88
4	\$ 155.107,31	\$ 439.151,20
5	\$ 342.154,57	\$ 781.305,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

$$PRI = a + (b - c)/d$$

$$PRI = 2 + (250.000,00 - 159.834,00)/124.209,89$$

$$PRI = 2,73$$

$$PRI = 2 \text{ años, } 8 \text{ meses, } 21 \text{ días}$$

5.7.5 Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo es un indicador que permite conocer al inversionista cuál es el porcentaje en el cual sobrepasan los ingresos a los egresos. El resultado debe ser mayor a la unidad (1) para que el proyecto sea rentable, en el caso de ser menor a la unidad, el proyecto no sería rentable ya que los egresos estarían sobrepasando a los ingresos. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Relación } B - C = \frac{\text{Ingresos Actuales}}{\text{Egresos Actuales}}$$

Tabla 106. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑO	BENEFICIOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0			\$ 490.561,52	\$ 490.561,52
1	\$ 464.519,32	\$ 401.902,85	\$ 346.723,77	\$ 299.985,96
2	\$ 549.873,35	\$ 411.620,78	\$ 354.551,70	\$ 265.408,11
3	\$ 655.689,68	\$ 424.668,73	\$ 380.970,97	\$ 246.742,42
4	\$ 774.610,92	\$ 434.063,09	\$ 401.927,70	\$ 225.225,30
5	\$ 1.252.676,53	\$ 607.331,06	\$ 432.813,99	\$ 209.839,79
SUMA =		\$ 2.279.586,50		\$ 1.737.763,10
RELACIÓN B / C =			\$ 1,31	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

El resultado es 1,31 dólares, esto significa que los ingresos son mayores en 31% a los egresos.

5.7.6 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es el volumen de ventas que la empresa debe realizar para poder tener un beneficio igual a cero, es decir los ingresos han igualado a los costos totales”. (Baca Urbina Gabriel, 2006)

La fórmula es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Para la aplicación de la fórmula es necesario clasificar los costos y gastos en fijos y variables de la siguiente manera:

Tabla 107. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DIRECTOS			
<i>ALOJAMIENTO</i>			
Habitaciones (Ropa Cama)	\$ 6.896,00		\$ 6.896,00
Alimentación (alojados)		\$ 12.753,19	\$ 12.753,19
Mano de Obra Directa (ama de llave)	\$ 10.511,44		\$ 10.511,44
<i>RESTAURANTE</i>			
Materia Prima (para visitantes)		\$ 58.208,76	\$ 58.208,76
Mano de Obra Directa (cocineros, m)	\$ 50.911,82		\$ 50.911,82
<i>SALON DE EVENTOS (mantelería)</i>	\$ 200,00		\$ 200,00
<i>LAVANDERÍA (mano de obradirecta)</i>	\$ 5.425,72		\$ 5.425,72
COSTOS INDIRECTOS			
Menaje	\$ 3.423,54		\$ 3.423,54
Decorativos	\$ 1.076,00		\$ 1.076,00
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 5.993,74		
Mano de Obra Indirecta	\$ 31.534,32		\$ 31.534,32
Útiles de Aseo		\$ 4.516,50	\$ 4.516,50
Uniformes	\$ 1.349,00		\$ 1.349,00
Depreciaciones	\$ 24.347,21		\$ 24.347,21
Servicios Básicos	\$ 3.027,00		\$ 3.027,00
GASTOS ADMINISTRATIVAS			\$ -
Suministros de Oficina		\$ 1.423,20	\$ 1.423,20
Sueldos y Salarios	\$ 62.919,06		\$ 62.919,06
Servicios Básicos	\$ 507,00		\$ 507,00
Depreciaciones	\$ 8.329,78		\$ 8.329,78
Gastos Constitución	\$ 3.213,96		\$ 3.213,96
Gastos de mantenimiento infraestructura	\$ 12.000,00		
Gasto arriendo	\$ 36.000,00		
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 425,00		
Uniformes	\$ 757,00		\$ 757,00
GASTOS DE VENTAS			\$ -
Material POP		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Prensa escrita		\$ 5.760,00	\$ 5.760,00
TOTAL	\$ 268.847,59	\$ 85.061,65	\$ 353.909,24

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: María José Páez

Con la clasificación de los costos y gastos se procede a la aplicación de la fórmula del punto de equilibrio.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 268.847,59}{1 - \frac{\$ 85.061,65}{\$430.080,84}}$$

$$PE = \frac{\$268.847,59}{0.80}$$

$$PE = \$335.129,76 \text{ dólares}$$

La hostería debe tener un ingreso de \$335.129,76 dólares en ventas de los diferentes servicios para igualar a los costos y gastos totales, y tener un beneficio igual a cero.

5.7.7 Índices Financieros

Los índices financieros muestran la actividad de la empresa en cuanto a la liquidez y la rentabilidad, en los cinco años de la vida útil, o en el tiempo en el cual se está evaluando a la empresa.

ÍNDICE DE LIQUIDEZ

El índice de liquidez mide el porcentaje el cual la empresa tiene como pasivos circulantes con respecto a sus activos circulantes. Este índice se obtiene dividiendo el activo circulante para el pasivo circulante.

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

En estos índices se tiene el margen de utilidad bruta, margen operacional, margen neto, rendimiento sobre el patrimonio y el rendimiento sobre los activos.

Margen de Utilidad Bruta.- Este indicador muestra el porcentaje de ganancias de la empresa antes de deducir gastos administrativos y de ventas. Este índice se obtiene dividiendo la utilidad bruta para las ventas.

Margen de Utilidad Operacional.- Este indicador muestra el porcentaje de ganancias de la empresa después de deducir gastos operacionales administrativos y ventas; éste índice se obtiene dividiendo la utilidad operacional para las ventas.

Margen de Utilidad Neta.- Este indicador muestra el porcentaje de la ganancia neta que va a generar la empresa luego de pagos de todas sus obligaciones; éste índice se obtiene dividiendo la utilidad neta para las ventas.

Rendimiento Sobre el Patrimonio.- Este indicador muestra el porcentaje de rentabilidad que tiene el capital de los socios; éste se obtiene dividiendo la utilidad neta para el patrimonio.

Rendimiento Sobre Activos.- Este indicador muestra la eficiencia o capacidad de los activos para generar utilidades; éste se obtiene dividiendo la utilidad neta para los activos totales.

En el siguiente cuadro se muestra el cálculo para cinco años de los diferentes índices financieros.

Tabla 108. ÍNDICES FINANCIEROS

INDICADORES	FÓRMULA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ							
Índice de Liquidez =	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	=	14%	23%	33%	43%	53%
RENTABILIDAD							
Margen de Utilidad Bruta =	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	=	49%	52%	53%	54%	55%
Margen de Utilidad Operacional =	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$	=	18%	23%	25%	28%	29%
Margen de Utilidad Neta =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	=	8%	12%	14%	17%	19%
Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE) =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	=	12%	17%	18%	19%	19%
Rendimiento Sobre Activos Totales =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$	=	6%	11%	13%	16%	17%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

5.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se basa en medir el VAN y TIR del proyecto hasta cuándo puede soportar siendo positivo ante un incremento porcentual de los costos, gastos e ingresos. En el análisis de sensibilidad se analizan tres escenarios: El optimista al incrementar un porcentaje en los ingresos; el pesimista al disminuir un porcentaje en los ingresos; y un pesimista al incrementar un porcentaje en los costos de producción, administrativos y ventas.

Escenario I: Optimista: Cuando el ingreso se incrementa en un 10%.

Tabla 109. ESCENARIO I

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	\$ (250.000,00)	\$ 116.179,90	\$ 176.616,19	\$ 244.622,01	\$ 335.376,37	\$ 770.667,74
TASA DE DESCUENTO =	15,58%	Tasa Referencial				
VAN =	\$ 702.735,68	Proyecto Viable				
TIR =	75,61%	Proyecto Viable				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

EL VAN Y TIR es superior cuando se han incrementado un 10% en los ingresos y por supuesto se tiene un proyecto viable.

Escenario II: Pesimista: Cuando los ingresos se disminuyen en un 30%.

En este escenario al disminuir un 30% de los ingresos, se tiene un VAN y TIR positivos; si el porcentaje de disminución es del 31%, el VAN y TIR dejan de ser viables, esto significa que el VAN y TIR soporta hasta una disminución del 30% para que el proyecto siga siendo viable.

Tabla 110. ESCENARIO II

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	\$ (250.000,00)	\$ (55.852,43)	\$ (14.064,42)	\$ 33.255,58	\$ 101.063,12	\$ 510.898,71
TASA DE DESCUENTO =	15,58%	Tasa Referencial				
VAN =	\$ 17.016,03	Proyecto Viable				
TIR =	16,98%	Proyecto Viable				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

Escenario III: Pesimista: Cuando los costos de producción, administrativos y de ventas se incrementan en un 44%

En este escenario el VAN y TIR siguen siendo positivos cuando se incrementan los costos y gastos en un 44%, cuando se incrementan en un 45% el VAN y TIR son negativos; esto significa que el proyecto es viable aun cuando se han incrementado sus costos y gastos en un 44%.

Tabla 111. ESCENARIO III

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	\$ (250.000,00)	\$ (66.756,23)	\$ (17.896,43)	\$ 31.042,19	\$ 104.329,78	\$ 516.895,40
TASA DE DESCUENTO =	15,58%	Tasa Referencial				
VAN =	\$ 8.017,84	Proyecto Viable				
TIR =	16,22%	Proyecto Viable				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: María José Páez

El proyecto es viable cuando se le ha incrementado un 44% en sus egresos de producción, administrativos y de ventas; si se incrementa una unidad porcentual más, el proyecto deja de ser viable presentando un VAN y TIR negativos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- ✓ Después de haber realizado este profundo estudio en el que se han analizado los componentes más importantes para la elaboración, aprobación e implementación de un proyecto de inversión, concluimos que la propuesta de la creación de la hostería en el Puyo es factible, la misma que generará ganancias económicas para los inversionistas el momento que lo pongan en marcha.
- ✓ Elaborar el presente trabajo ha permitido analizar desde una visión profesional, la situación integral de la actividad turística en la ciudad de Puyo, así como las potencialidades y limitaciones del cantón, la cual busca desarrollar una nueva y diferente actividad económica generadora de ingresos que lleguen a buena parte de su comunidad.
- ✓ Las estadísticas macroeconómicas arrojaron datos positivos en el campo turístico, sobre todo con el apoyo del Gobierno actual y con los cambios en la

- ✓ matriz productiva se tiene acceso a préstamos con un interés bajo para este tipo de negocios y gracias a las campañas a nivel internacional se ha visto un gran incremento del turismo receptivo. En el cantón Pastaza durante los últimos 5 años el servicio de alojamiento tipo hostería ha crecido un 35% en el número de plazas, lo cual nos da un panorama claro de cómo ha venido evolucionando a lo largo del tiempo.
- ✓ En los últimos 5 años se han visualizado porcentajes de crecimiento representativos en el alojamiento tipo hostería lo que nos ha valido como un parámetro alentador para la implementación de una nueva hostería.
- ✓ En el estudio de mercado se evidencia una escasa infraestructura de calidad, por lo que es positivo plantear la creación de una hostería de primera categoría como respuesta a la demanda.
- ✓ En el estudio de mercado se pudo conocer que los servicios que más valoran los clientes son en primer lugar la calidad, después el precio y finalmente la cercanía a la ciudad, todos estos factores son fortalezas del proyecto debido al servicio de primera, precios accesibles y ubicación dentro de la ciudad.
- ✓ El éxito de la hostería será la variedad y buena calidad de servicios que son una de las variables más importantes que consideran las personas al momento de elegir un lugar para alojarse.

- ✓ El alojamiento tipo hostería es uno de los preferidos a la hora de visitar la Amazonía ya que cuenta con áreas de esparcimiento y recreación.
- ✓ Al tener una variedad de segmentos el proyecto tiene más posibilidades de ser exitoso debido a que está dirigido tanto al hombre de negocios, grupo de seminarios y conferencias, y a los turistas y gente que busca vacacionar.
- ✓ Se puede visualizar que no existe una demanda insatisfecha en el servicio de alojamiento pero hay que considerar que no todos los establecimientos cumplen con el nivel de calidad requerido por los clientes, es por eso que, pese a no existir una demanda insatisfecha el proyecto es viable porque en el Puyo solo hay una hostería de primera categoría que no avanza a cubrir toda la demanda del mercado.
- ✓ La ubicación geográfica de la hostería estará en un lugar estratégico, con excelentes vías acceso y con la ventaja de encontrarse dentro de la ciudad lo que permitirá a los clientes estar cerca de los atractivos turísticos.
- ✓ Pese al criterio conservador al cual se sometió el proyecto, el análisis financiero y económico resultó económicamente factible, la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) es mayor que la mínima rentabilidad exigida por el inversionista (TMAR), resultado corroborado por el valor actual neto del proyecto (VAN) que es positivo.

- ✓ La factibilidad económica se mantiene frente a escenarios eventuales con variaciones de precio de venta, cantidades y gastos; como lo muestra el análisis de sensibilidad.
- ✓ Al culminar el año 2014, el Gobierno Nacional logró su objetivo principal de sobrepasar la llegada de 1.500.000 turistas al Ecuador lo que nos da una perspectiva muy alentadora para el proyecto.

6.2 RECOMENDACIONES

- Se debe tener en cuenta cómo se comporta el mercado, oferta y demanda, respecto a los servicios hoteleros, ya que con el constante cambio de políticas económicas, las preferencias de los posibles clientes huéspedes pueden cambiar, por eso hay que estar siempre pendiente de cómo percibe el consumidor nuestro servicio, para poder mantenerse en el mercado.
- Estar al tanto de información tributaria y legal, ya que debido a los cambios en las leyes, estas también se van modificando, hay que estar actualizados.
- Si queremos fomentar el desarrollo del turismo se debe incrementar la calidad de los servicios existentes como son el alojamiento, la alimentación, operación turística, y aumentar otros servicios no existentes, como la recreación y la sana diversión, ya que en la actualidad en el destino existe mucha oferta pero poca calidad.
- Se debe tener más registros y controles de los establecimientos hoteleros en la provincia de Pastaza ya que es muy difícil obtener la información para este tipo de estudios que benefician al crecimiento de la Provincia.

BIBLIOGRAFIA

- Agencia Informativa Latinoamericana. (06 de noviembre de 2014). *Prensa Latina*. Obtenido de http://www.prensa-latina.cu/index.php?option=com_content&task=view&idioma=1&id=3247141&Itemid=1
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (13 de marzo de 2014). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
- ANDES. (10 de enero de 2014). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-extranjeros-ecuador-aumento-742-durante-2013.html>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (AGOSTO de 2014). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201408.pdf>
- Corporación de Estudios y Publicaciones. (2001). *LEY DE TURISMO*.
- DIARIO LA HORA. (29 de noviembre de 2013). *LA HORA*. Obtenido de <file:///C:/Users/Majo/Dropbox/AAAInformacion%20Tesis/petroleras%20en%20pastaza/Cuatro%20ofertas%20en%20la%20Ronda%20Petrolera%20%20%20Pais%20%20%20La%20Hora%20Noticias%20de%20Ecuador,%20sus%20provincias%20y%20el%20mundo.htm#.VEfKKBbi8pk>
- ECUADOR INMEDIATO. (18 de JUNIO de 2014). *ECUADORINMEDIATO.COM*. Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818764668&umt=la_hora_quito_ecuador_emitio_bonos_por_2000_millones_dolares
- ECUAVISA. (02 de SEPTIEMBRE de 2014). *ECUAVISA*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/78464-ecuador-recurre-china-cubrir-deficit-fiscal-2015>
- EL CIUDADANO. (31 de MARZO de 2014). *EL CIUDADANO*. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/rafael-correa-yachay-cambiara-la-historia-de-la-universidad-ecuatoriana/>

- EL COMERCIO. (21 de AGOSTO de 2012). *EL COMERCIO*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/petroleo-china-hasta-2016.html>
- EL MERCURIO. (20 de OCTUBRE de 2011). *EL MERCURIO*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/304981-ecuador-exporta-un-54-de-su-petroleo-a-china-por-ventas-anticipadas/#.VCS0pBZvApk>
- EL TELÉGRAFO. (12 de JUNIO de 2013). *EL TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/la-reserva-minera-de-ecuador-llega-a-217-000-millones.html>
- EL TELÉGRAFO. (5 de AGOSTO de 2014). *EL TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/cepal-pib-de-ecuador-crecera-5-en-2014.html>
- EL TELÉGRAFO. (07 de enero de 2014). *EL TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-cerro-el-2013-con-una-inflacion-de-270-la-mas-baja-desde-hace-ocho-anos.html>
- EL TIEMPO. (19 de septiembre de 2014). *EL TIEMPO*. Obtenido de <file:///C:/Users/Majo/Dropbox/AAAInformacion%20Tesis/petroleras%20en%20pastaza/Hallan%20importante%20yacimiento%20de%20petr%C3%B3leo%20en%20Pastaza-%20Noticias%20de%20Cuenca%20-%20Azuay%20-%20Ecuador%20-%20El tiempo%20de%20Cuenca.htm>
- EL UNIVERSO. (2 de AGOSTO de 2014). *EL UNIVERSO*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/02/nota/3308111/economia-ecuador-crecio-49-primer-trimestre-2014-asegura-rafael>
- EMBAJADA DEL ECUADOR. (2014). *EMBAJADA DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.ecuador.org/blog/?p=657>
- Escobar, A., & González, Y. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: EDITORIAL SÍNTESIS, S.A.
- Escobar, A., & González, Y. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: EDITORIAL SÍNTESIS, S.A.
- EXPRESO. (3 de MARZO de 2014). Obtenido de http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=5804756&tipo=2
- FIDESBURÓ. (20 de mayo de 2014). *Soluciones tributarias*. Obtenido de www.fides.ec
- Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid. (26 de julio de 2010). *Medio Ambiente*. Obtenido de <http://www.blogdemedioambiente.com/biodiversidad-ecosistemas/los-paises-con-mas-biodiversidad-del-planeta/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pastaza. (2014). *Pastaza*. Obtenido de <http://www.puyo.gob.ec/ciudad/la-ciudad.html>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza. (2014). Obtenido de <http://www.puyo.gob.ec/>
- INEC. (AGOSTO de 2014). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionAgosto2014/Reporte%20de%20inflaci%f3n%20ago14-V2.pdf>
- INEC. (JUNIO de 2014). *INDICADORES LABORALES JUNIO 2014*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo_junio_2014/15Anios/Informe%20Econom%EDa%20laboral%20-%20jun14%28rev%29.pdf
- Mejía, D. (2014). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/184-la-situacion-economica-actual-con-china>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (13 de Enero de 2014). *Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad*. Obtenido de Noticias: <http://www.produccion.gob.ec/experiencias-de-cambio-de-la-matriz-productiva/>
- MINISTERIO DE FINANZAS. (31 de JULIO de 2014). *DEUDA PÚBLICA CONSOLIDADA*. Obtenido de http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/ESTA_JULIO-2014CONSOLIDADO.pdf
- MINISTERIO DE FINANZAS. (31 de JULIO de 2014). *MINISTERIO DE FINANZAS*. Obtenido de http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/ESTA_JULIO-2014CONSOLIDADO.pdf
- Ministerio de Turismo. (26 de septiembre de 2007). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *PASTAZA TURISMO INTERNO Y RECEPTOR 2012*. QUITO.
- Ministerio de Turismo. (06 de enero de 2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/mas-de-1270-000-turistas-visitaron-ecuador-en-el-2012/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Boletín N.5 Principales indicadores de turismo*.
- Ministerio de turismo. (2014). *Boletín N.6 Principales indicadores de turismo*.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Boletín N.7 Principales indicadores de turismo*.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Catastro*. Puyo.
- Ministerio de Turismo. (20 de mayo de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/abril-registro-un-crecimiento-del-32-en-arribo-de-turistas-a-ecuador/>

- Ministerio de Turismo. (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
- Ministerio del Ambiente. (09 de Octubre de 2013). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/sistema-nacional-de-areas-protegidas/>
- OMT, O. M. (2007). Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *Panorama OMT del turismo internacional*.
- paisturistico.com. (2012). *Puyo*. Obtenido de El pulmón de la amazonía: <http://www.paisturistico.com/ecuador/puyo>
- Proyecto independiente de turismo en Pastaza. (2010). *Pastaza.com*. Obtenido de <http://www.pastaza.com/attractivos/>
- Revista Ecoturismo. (8 de mayo de 2014). Obtenido de <http://revistaecoturismo.com.br/radio/?p=174>
- Rodríguez, J. (Marzo de 2012). ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL MARKETING EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LUJO Y PRIMERA EN LA CIUDAD DE CUENCA (2007-2009). Cuenca.
- Sampieri, R., Carlos, F., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). México D.F, México: Mc GRAW-HILL.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos . (2014). Proyecciones 2014 . *LA BARRA*, 24.
- Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos. (2014). Proyecciones 2014 Hoteles y Restaurantes. *LA BARRA*, 20-21.

ANEXOS

CATASTROS CANTÓN PASTAZA 2009-2014**CONSOLIDADO POR AÑO Y TIPO DE ALOJAMIENTO**

ALOJAMIENTO 2009							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABANA	29	101	3	1	1	1	0
HOSTAL	336	839	22	5	10	7	0
HOSTAL RESIDENCIA	194	441	12	1	3	8	0
HOSTERIA	177	448	9	1	7	1	0
HOTEL	155	384	5	0	3	2	0
HOTEL RESIDENCIA	62	94	2	0	0	2	0
MOTEL	19	38	3	0	0	3	0
PENSIÓN	41	101	6	0	0	6	0
TOTAL	1013	2446	62	8	24	30	0

ALOJAMIENTO 2010							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABANA	31	101	3	1	1	1	0
HOSTAL	339	791	22	5	10	7	0
HOSTAL RESIDENCIA	164	371	10	0	3	7	0
HOSTERIA	177	448	9	1	7	1	0
HOTEL	155	384	5	0	3	2	0
HOTEL RESIDENCIA	94	144	3	0	0	3	0
MOTEL	13	26	2	0	2	0	0
PENSIÓN	41	101	6	0	0	6	0
TOTAL	1014	2366	60	7	26	27	0

ALOJAMIENTO 2011							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABAÑA	31	100	3	1	1	1	0
HOSTAL	335	851	21	2	14	5	0
HOSTAL RESIDENCIA	213	405	11	0	3	8	0
HOSTERIA	153	438	9	1	6	2	0
HOTEL	180	441	6	0	2	4	0
HOTEL RESIDENCIA	96	144	3	0	0	3	0
MOTEL	13	26	2	0	0	3	0
PENSIÓN	23	67	3	0	0	3	0
TOTAL	1,061	2,726	64	2	25	36	1

ALOJAMIENTO 2012							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABAÑA	26	75	2	1	0	1	0
HOSTAL	334	885	21	1	15	5	0
HOSTAL RESIDENCIA	224	432	12	0	2	10	0
HOSTERIA	138	396	7	0	6	1	0
HOTEL	150	374	5	0	2	3	0
HOTEL RESIDENCIA	96	144	3	0	0	3	0
MOTEL	5	10	1	0	0	1	0
PENSIÓN	23	68	3	0	0	3	0
TOTAL	996	2384	54	2	25	27	0

ALOJAMIENTO 2013							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABAÑA	50	180	6	1	2	3	0
HOSTAL	294	742	18	1	10	7	0
HOSTAL RESIDENCIA	285	626	16	0	2	14	0
HOSTERIA	179	522	8	0	7	1	0
HOTEL	150	374	5	0	2	3	0
HOTEL RESIDENCIA	94	141	3	0	0	2	1
MOTEL	21	42	3	0	1	2	0
PENSIÓN	40	104	5	0	0	5	0
TOTAL	1113	2731	64	2	24	37	1

ALOJAMIENTO 2014							
				CATEGORIA			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	# DE HABITACIONES	# DE PLAZAS	# TOTAL ESTABL.	1ERA	2DA	3ERA	4TA
CABAÑA	51	189	6	1	2	3	0
HOSTAL	328	778	21	2	11	8	0
HOSTAL RESIDENCIA	261	555	15	0	3	12	0
HOSTERIA	211	604	12	1	7	4	0
HOTEL	165	282	6	0	2	4	0
HOTEL RESIDENCIA	99	182	3	0	0	1	2
MOTEL	24	63	4	0	1	3	0
PENSIÓN	73	32	4	0	0	4	0
TOTAL	1212	2685	71	4	26	39	2

Fuente: CATASTROS-MINISTERIO DE TURISMO

Elaborado por: María José Páez

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta tiene la finalidad de conocer los gustos, preferencias que tiene el consumidor. La utilización de los datos es con fines educativos.

Fecha: (dd/mm/aa):.....

Instrucción: Marque con una X la(s) alternativa(s) que considere adecuadas y complete si es el caso.

Información general:

1. Género: FEMENINO ☐ MASCULINO ☐
2. Nacionalidad: Ecuatoriano ☐ Otros ☐ (especifique)_____
3. Ciudad:
4. Edad: 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ Más de 45 ☐

Información específica:

5. ¿En sus días libres le gusta viajar?

Si ☐ No ☐

6. ¿A dónde suele viajar? Escoja una opción.

a. Costa ☐ b. Sierra ☐ c. Oriente ☐ d. Otros (Especifique):.....

7. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

a. Una vez al año ☐ b. Dos veces al año ☐ c. Más de dos veces ☐

8. Cuando viaja, ¿qué servicios utiliza? Escoja de una a tres respuestas.

a. Alojamiento ☐ b. Alimentación ☐ c. Atractivos turísticos ☐
d. Entretenimiento nocturno ☐ e. Todas las anteriores ☐

9. ¿Cómo suele viajar? Escoja una opción.

- a. En familia ☐ b. Grupo/Trabajo ☐ c. Amigos ☐
 d. Sólo ☐

10. Evalúe de acuerdo a su importancia los siguientes aspectos que considera al momento de elegir un lugar para alojarse. Donde 1= Menos importante, 4= Más importante.

- a. Precio ☐
 b. Servicios ☐
 c. Cercanía a la Ciudad ☐
 d. Cercanía a los atractivos turísticos ☐
 e. Otros ☐

(Especifique):.....

11. ¿Qué tipo de hospedaje le gusta? Escoja una opción.

- a. Hostería ☐
 b. Hostal ☐
 c. Hotel ☐
 d. Cabañas ☐
 e. Otros ☐

(Especifique):.....

12. ¿Cuántas noches se hospeda generalmente? Escoja una opción.

- a. 1-2 noches ☐
 b. 3-4 noches ☐
 c. Más de 5 noches ☐

13. ¿Ha visitado la ciudad de Puyo con anterioridad?

Si ☐ No ☐

14. ¿Si le ofreciéramos los servicios de una nueva hostería ubicada en el centro de la ciudad de Puyo, la visitaría?

Si

☐

No

☐

15. ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por una noche de hospedaje por persona, en un lugar que cuente con los atributos deseados? Escoja una opción.

a. Menos de \$25

☐

b. \$26-\$35

☐

c. \$36-\$45

☐

d. \$50-\$70

☐

e. Más de \$70

☐

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

CUESTIONARIO TURISMO RECEPTOR

QUESTIONARY

Objective: know the tastes and preferences of the consumer.

Date: (dd/mm/yy):.....

Instruction: Tick with the **X** the alternative(s) you consider suitable and complete if necessary.

1. Gender: FEMALE ☐ MALE ☐
2. Nationality _____
3. City:
4. Age: 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ More than 45 ☐
5. ¿In your free time do you like to travel?
Yes ☐ No ☐
6. ¿Where do you prefer to travel in Ecuador?
a. The Coast ☐ b. The Sierra ☐ c. The amazon ☐ d. Others:.....
7. ¿How frequently do you visit these places?
a. Once a year ☐ b. Twice a year ☐ c. More than twice ☐
8. When you travel, ¿What services do you use?
a. Accommodation ☐ b. Food service ☐ c. Touristic attractions ☐
e. Night entertainment ☐ e. All of them ☐
9. ¿How do you usually travel?
a. With family ☐ b. Working/group ☐ c. Friends ☐
e. Alone ☐

10. Evaluated according to the following important aspects considered when choosing a place to stay.

- a. Price
- b. Services
- c. Close to the city
- d. Close to the touristic attractions
- e. Others:.....

☐
☐
☐

11. ¿What kind of accommodation do you like?

- a. Inn
- b. Hostel
- c. Hotel
- d. Cabins
- e. Others:.....

☐
☐
☐
☐

12. ¿How long do you like to stay in each place?

- a. 1-2 nights
- b. 3-4 nights
- c. More than 5 nights

☐
☐
☐

13. ¿Have you been in Puyo before?

Yes ☐ No ☐

14. ¿If we offer to you a new inn located in Puyo city, would you like to visit it?

Yes ☐ No ☐


15. ¿How much would you be able to pay per person and night for staying in a hotel which offers all activities you desire?

- a. Less than \$25
- b. \$26-\$35
- c. \$36-\$45
- d. \$50-\$70
- e. More than \$70

☐
☐
☐
☐
☐


¡THANK YOU FOR YOUR COOPERATION!

ANEXO D



SOLICITUD DE REGISTRO

ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS




REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- ☐ 1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ☐ 2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
- ☐ 3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- ☐ 4. copia de la cédula de identidad, a color
- ☐ 5. Copia de la última papeleta de votación, a color
- ☐ 6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- ☐ 7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- ☐ 8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ☐ 9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- ☐ 10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
 (Formulario del Ministerio de Turismo)
- ☐ 11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados


Revisado e ingresado por:.....

VERSION 01



SOLICITUD DE REGISTRO

ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS



Yo, a de del 20....

en calidad de Representante Legal de La empresa solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:

Ubicación del establecimiento:

Provincia	Cantón	Ciudad

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de Operaciones:

Registro Único de Contribuyentes: Número de cédula

Monto de inversión:

Número de empleados:

Número de mesas: Número de plazas

Número de habitaciones: Número de plazas

Observaciones:



Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

Revisado e ingresado por:

VERSION 01

 MINISTERIO DE TURISMO	FORMULARIO 1X1.000	 ecuador <small>OFICIO DE VISTAS</small>
---	---------------------------	--

FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS BASE LEGAL: Art. 40 Literal "a" Ley de Turismo. Registro oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002 Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004

IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE		100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN			
		AÑO		SERIE	
201	RUC:	202	RAZON SOCIAL O DENOMINACION:		
		DIRECCION:			
ESTADO DE SITUACIÓN					
340 ACTIVO FIJO					
ACTIVO FIJO TANGIBLE			ACTIVO FIJO INTANGIBLE		
TERRENOS	341		MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	361	
EDIFICIOS E INSTALACIONES	343		(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	363	
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	345		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE	365	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	347		TOTAL ACTIVO FIJO	369	
VEHÍCULOS	349		CONTRIBUCIÓN CAUSADA 1 X MIL		
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	351		RECARGOS POR MORA		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJO	353		MULTAS		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVOS FIJO	355		TOTAL A PAGAR		
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	359		ESPACIO PARA SELLOS		
Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en caso de falsedad o perjurio.					
Nombre del Declarante:					
Ct:					
Firma:					

TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF
Acuerdo No. 20130002

1. ACTIVIDAD TURÍSTICA: ALOJAMIENTO

1.1 HOTELEROS

Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

1.1.1 HOTELES

		Por habitación	Máximo
1.1.1.1	Lujo - Cinco Estrellas	\$ 15,34	\$ 1.534,00
1.1.1.2	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 13,33	\$ 1.333,40
1.1.1.3	Segunda - Tres Estrellas	\$ 10,15	\$ 1.014,80
1.1.1.4	Tercera - Dos estrellas	\$ 5,78	\$ 578,20
1.1.1.5	Cuarta - Una Estrella	\$ 3,89	\$ 389,40

1.1.2 HOTEL RESIDENCIA

1.1.2.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 11,21	\$ 1.121,00
1.1.2.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 8,02	\$ 802,40
1.1.2.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 5,31	\$ 531,00
1.1.2.4	Cuarta - Una Estrella	\$ 3,78	\$ 377,60

1.1.3 HOTELES APARTAMENTOS

1.1.3.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 11,80	\$ 1.180,00
1.1.3.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 8,85	\$ 885,00
1.1.3.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 6,49	\$ 649,00
1.1.3.4	Cuarta - Una Estrella	\$ 4,72	\$ 472,00

1.1.4 HOSTALES – HOSTALES RESIDENCIA

1.1.4.1	Primera – Cuatro Estrellas	\$ 6,02	\$ 601,80
1.1.4.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 4,48	\$ 448,40
1.1.4.3	Tercera – Dos Estrellas	\$ 3,60	\$ 359,90

1.1.5 HOSTERÍAS - MOTELES

1.1.5.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 8,38	\$ 837,80
1.1.5.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 6,96	\$ 696,20
1.1.5.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 5,61	\$ 560,50

ANEXO H

Matriz de impacto ambiental Fase de Construcción Hostería Garden House																												
ACCIONES DEL PROYECTO	FACTORES AMBIENTALES		Geolog y Geomorf	Suelos		Aire		Recurso Agua		Flora			Fauna		Paisaje	Población				Infraestructura			Planificación		Economía			
			Modificación de taludes naturales	Calidad de suelos	Morfología	Nivel de ruido base	Calidad de aire	Circulación	Usos del recurso	Biodiversidad	Árboles	Vegetales de interés económico/social	Aves	Mamíferos	Calidad escénica	Salud de la población	Áreas de uso	Seguridad e integridad personal de terceros	Hábitos y costumbres	Estado de los caminos	Infraestructura sanitaria	Infraestructura cultural y de sano esparcimiento	Infraestructura turística	Planificación territorial	Planificación cultural	Economía individual	Economía local	Economía regional
	ID	DESCRIPCIÓN																										
Generación de empleo	1	Generación de empleo																										
Instalación de obradores	2	Construcción y operación del obrador																										
Demanda de bienes y servicios	3	Incremento de la demanda de bienes y servicios																										
Difusión del Proyecto/Rel. com	4	Aumento de percepción y conocimiento del medio																										
	5	Alteración de las formas naturales del paisaje																										
Construcción de obras	6	Acopio de materiales																										
	7	Instalaciones en la obra																										
Movimiento de Equipos, Maquinarias e Insumos	8	Aumento del tráfico vehicular																										
	9	Movimiento de maquinarias y equipos pesados																										
Infraestructura de servicios básicos	10	Aumento de infraestructura de servicios básicos																										
			<div><div>IMPACTOS NEGATIVOS</div><div><div></div><div></div><div></div></div><div>IMPACTOS POSITIVOS</div><div><div></div><div></div><div></div></div><div>INTENSIDAD</div><div><div>LEVE</div><div>MODERADO</div><div>SIGNIFICATIVO</div></div><div><div></div><div></div><div></div></div></div>																									

Elaborado por: María José Paéz

ANEXO I

PROYECTO PARA LA READECUACION Y CONSTRUCCION DELA HOSTERIA GARDEN HOUSE

CRONOGRAMA VALORADO DE TRABAJOS

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL	PERIODOS EN MESES																			
						1 MES				2 MES				3 MES				4 MES				5 MES			
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	CABAÑA DE 4 HABITACIONES	U	4,00	34.200,00	136.800,00																				
2	REMDELACION SALA DE EVENTOS	M2	246,22	200,00	49.244,00																				
3	TERMINACION PISCINA	M2	203,00	150,00	30.450,00																				
4	REMDELACION Y ADECUACION RESTAURANTE COCINA	M2	226,54	200,00	45.308,00																				
5	REMDELACION Y ADECUACION OFICINAS	M2	76,82	200,00	15.364,00																				
6	ADECUACION Y CONSTRUCCION DE RECEPCION	M2	60,00	250,00	15.000,00																				
7	ADECUACION Y CONSTRUCCION DE PARQUEDEROS	M2	300,00	120,00	36.000,00																				
8	ADECUACION DE SENDEROS	ML	900,00	8,00	7.200,00																				
9	JARDINERIA	GBL	1,00	12.000,00	12.000,00																				
					347.366,00																				

INVERSION MENSUAL	39.395,20	68.573,80	81.255,80	72.123,20	69.487,20	16.530,80
AVANCE MENSUAL (%)	11,34	19,74	23,39	20,76	20,00	4,76
INVERSION ACUMULADA AL 100% (linea e=1p)	39.395,20	107.969,00	189.224,80	261.348,00	330.835,20	347.366,00
AVANCE ACUMULADO (%)	11,34	31,08	54,47	75,24	95,24	100,00
INVERSION ACUMULADA AL 80% (linea e=0.5p)	31.516,16	86.375,20	151.379,84	209.078,40	264.668,16	277.892,80
AVANCE ACUMULADO (%)	9,07	24,87	43,58	60,19	76,19	80,00

PLAZO TOTAL: 6 MESES
Elaborado por: Tng. Wellington Cisneros Tapia

PLANOS

ANEXO K

PRECIOS

DESCRIPCIÓN CABAÑAS	DETALLE	CAPACIDAD POR HABITACIÓN	PRECIO POR NOCHE	PRECIO POR PERSONA	PRECIO POR PERSONA 3 NOCHES
CABAÑA PRINCIPAL	SUIT PRESIDENCIAL	2PAX	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 200,00
	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
CABAÑA DE NEGOCIOS	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	HABITACIÓN DOBLE	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	HABITACIÓN TRIPLE	3PAX	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 100,00
CABAÑA FAMILIAR	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	HABITACIÓN CUÁDRUPLE	4PAX	\$ 160,00	\$ 40,00	\$ 80,00
CABAÑA FAMILIAR	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	SUIT MATRIMONIAL	2PAX	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00
	HABITACIÓN TRIPLE	3PAX	\$ 120,00	\$ 40,00	\$ 80,00
	HABITACIÓN CUÁDRUPLE	4PAX	\$ 160,00	\$ 40,00	\$ 80,00
PRECIO PROMEDIO POR 2 NOCHES					\$ 103,33

TEMPORADA ALTA		
TEMPORADA BAJA		
DEMANDA ACTUAL AÑO 2014	INTERNO	RECEPTOR
ENERO	7.122	5.873
FEBRERO	29.150	2.110
MARZO	7.122	5.873
ABRIL	29.150	2.110
MAYO	29.150	2.110
JUNIO	7.122	5.873
JULIO	7.122	5.873
AGOSTO	29.150	5.873
SEPTIEMBRE	7.122	2.110
OCTUBRE	29.150	2.110
NOVIEMBRE	29.150	2.110
DICIEMBRE	29.150	5.873
	239.660	47.898

% ACEPTACIÓN DE SERVICIOS DE LA HOSTERÍA	% COBERTURA DE MERCADO	CAPACIDAD INSTALADA	
41,90%	4,50%	30	100%

AÑO 2015								
DEMANDA ACTUAL AÑO 2014	INTERNO	RECEPTOR	TOTAL VISITA	% DE OCUPACIÓN	POBLACIÓN OBJETIVO	OCUPACIÓN MENSUAL	OCUPACION DIARIA	% DE OCUPACIÓN DIARIO
ENERO	7.905	6.519	14.424	4,52%	6.044	272	9	30%
FEBRERO	32.357	2.342	34.699	10,87%	14.539	654	22	73%
MARZO	7.905	6.519	14.424	4,52%	6.044	272	9	30%
ABRIL	32.357	2.342	34.699	10,87%	14.539	654	22	73%
MAYO	32.357	2.342	34.699	10,87%	14.539	654	22	73%
JUNIO	7.905	6.519	14.424	4,52%	6.044	272	9	30%
JULIO	7.905	6.519	14.424	4,52%	6.044	272	9	30%
AGOSTO	32.357	6.519	38.876	12,18%	16.289	733	24	81%
SEPTIEMBRE	7.905	2.342	10.248	3,21%	4.294	193	6	21%
OCTUBRE	32.357	2.342	34.699	10,87%	14.539	654	22	73%
NOVIEMBRE	32.357	2.342	34.699	10,87%	14.539	654	22	73%
DICIEMBRE	32.357	6.519	38.876	12,18%	16.289	733	24	81%
	266.023	53.167	319.189	100,00%	133.740	6.018	201	

SERVICIO DE ALOJAMIENTO

MESES DEL AÑO	CAPACIDAD MÁXIMA DIARIA	% OCUPACIÓN DIARIO	CLIENTES A RECIBIR		
			AL DÍA	A LA SEMANA	AL MES
Enero	30	30%	9	27	109
Febrero	30	73%	22	65	262
Marzo	30	30%	9	27	109
Abril	30	73%	22	65	262
Mayo	30	73%	22	65	262
Junio	30	30%	9	27	109
Julio	30	30%	9	27	109
Agosto	30	81%	24	73	293
Septiembre	30	21%	6	19	77
Octubre	30	73%	22	65	262
Noviembre	30	73%	22	65	262
Diciembre	30	81%	24	73	293
TOTAL CLIENTES	360		201	602	2.407
TOTAL CLIENTES A RECIBIR POR AÑO					2.407
PRECIO PROMEDIO POR 2 NOCHES					\$ 103,33
INGRESOS PROMEDIO AL AÑO POR HOSPEDAJE					\$ 248.757,05
INGRESO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN					
ALMUERZOS					
PRECIO 2 ALMUERZOS					\$ 8,00
% DE CONSUMO DE ALMUERZOS (Ver Tabla 13)					28,05%
TOTAL PERSONAS QUE CONSUMEN ALMUERZOS					675
INGRESO ANUAL POR CONSUMO DE ALMUERZOS					\$ 5.401,81
CENAS					
PRECIO 2 CENAS					\$ 24,00
% DE CONSUMO DE CENAS (Ver Tabla 13)					28,05%
TOTAL PERSONAS QUE CONSUMEN CENAS					675
INGRESO ANUAL POR CONSUMO DE ALMUERZOS					\$ 16.205,42
PESCA DEPORTIVA					
PRECIO 2 DIAS DE PESCA					\$ 4,00
% DE CONSUMO DE PESCA					42,00%
TOTAL PERSONAS QUE REALIZAN PESCA DEPORTIVA					1011
INGRESO ANUAL POR PESCA DEPORTIVA					\$ 4.044,31
LAVANDERIA					
PRECIO POR 20 PIEZAS					\$ 4,00
% DE USO LAVANDERIA					35,00%
TOTAL PERSONAS QUE UTILIZAN LAVANDERIA					843
INGRESO ANUAL POR USO DE LAVANDERIA					\$ 3.370,26
TOTAL INGRESOS POR SERVICIO DE ALOJAMIENTO					\$ 277.778,84

Demanda probable en Ay B del primer año.

		Temporada	Temporada	INGRESOS RESTAURANTE				
		Alta	Baja					
		Nº	Nº					
Mesas		20,00	20,00					
Sillas		100,00	100,00					
				ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
		Franja	Descripción	Capacidad	Alta	Baja	Precio	Ingreso
		Horaria		instalada PAX	Abril-Dic	Enero- Marz	\$	Diarios
Temporada Baja				100				
A		12:00-16:00	Menus	8		8%	7,00	56,00
B		18:00-22:00	Platos fuertes	15		15%	13,00	195,00
			pax	23			20,00	251,00

		Franja		Capacidad	Alta	Baja	Precio	Ingresos	Rotacion
		Horaria		instalada PAX	Abril-Dic	Enero-Marz	\$	Diarios	Mesas
Temporada Alta				100					
A		12:00-16:00	Menus	20	20%		7,00	140,00	4,00
B		18:00-22:00	Platos fuertes	30	30%		13,00	390,00	6,00
			pax	50			20,00	530,00	

Demanda Probable		
Temporadas	ALTA	BAJA
Capacidad instalada mesas	20	20
Cientes atendidos (día)	50	23
Atencio Dias	24	24
Demanda clientes (mes)	1.200	552
Demanda clientes (temporada)	8.400	2.760
Ingresos Mes	\$ 12.720,00	\$ 6.024,00
Ingreso por temporada	\$ 114.480,00	\$ 18.072,00
TOTAL INGRESOS		\$ 132.552,00

11.160,00

Rotacion	0,15
Rotacion	0,30
Promedio	0,2250 W

INGRESOS SALÓN DE EVENTOS

MES	No EVENTOS	PRECIO PROMEDIO ALQUILER	SUBTOTAL	PRECIO PROMEDIO ALIMENTACION PARA 70 PERSONAS	SUBTOTAL	TOTAL
Enero	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Febrero	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Marzo	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Abril	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Mayo	3	\$ 250,00	\$ 750,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 1.310,00
Junio	2	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 1.060,00
Julio	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Agosto	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Septiembre	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 810,00
Octubre	2	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 1.060,00
Noviembre	2	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 1.060,00
Diciembre	3	\$ 250,00	\$ 750,00	\$ 8,00	\$ 560,00	\$ 1.310,00
TOTAL ANUAL						\$ 11.470,00

INGRESOS AREAS RECREATIVAS

MES	No PERSONAS	PRECIO AREAS RECREATIVAS	TOTAL
Enero	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Febrero	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Marzo	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Abril	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Mayo	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Junio	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Julio	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Agosto	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Septiembre	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Octubre	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Noviembre	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Diciembre	60	\$ 5,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 3.600,00

INGRESOS PARQUEADERO

MES	No PARQUEADEROS	DIAS ATENDIDOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Enero	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Febrero	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Marzo	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Abril	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Mayo	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Junio	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Julio	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Agosto	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Septiembre	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Octubre	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Noviembre	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
Diciembre	13	30	\$ 1,00	\$ 390,00
TOTAL				\$ 4.680,00